



Universidade de Aveiro
Ano 2017

Departamento de Economia, Gestão, Engenharia
Industrial e Turismo

**SÓNIA SOFIA PEREIRA
HERCULANO**

**REQUALIFICAÇÃO DOS MOINHOS DO RIBEIRO –
TURISMO RURAL**



**SÓNIA SOFIA PEREIRA HERCULANO REQUALIFICAÇÃO DOS MOINHOS DO RIBEIRO –
TURISMO RURAL**

Projeto apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizado sob a orientação científica do Mestre Jorge Humberto Fernandes Mota, Assistente no Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro e da Professora Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio, Professora Auxiliar no Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro.

Dedico este projeto aos meus pais que mantiveram resiliente este património molinológico.

o júri

Presidente

Professora Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
Professora Auxiliar, Universidade de Aveiro

Vogal – Arguente Principal

Professora Doutora Ana Filipa Fernandes Aguiar Brandão
Professora Adjunta Convidada, Instituto Politécnico do Porto

Vogal – Orientador

Mestre Jorge Humberto Fernandes Mota
Assistente, Universidade de Aveiro

agradecimentos

Agradeço a todos aqueles que incentivaram e se disponibilizaram de alguma forma para o desenvolvimento deste projeto.

Um especial agradecimento:

Aos orientadores, mestre Jorge Mota e professora doutora Celeste Eusébio, pela conduta, paciência e apoio.

A todos os professores pelos conhecimentos transmitidos ao longo do mestrado.

Aos meus pais e irmã pelo assegurar da minha estabilidade e procura de soluções.

Ao desenhador Pedro Esteves pela capacidade de projetar os meus ideais no papel.

Aos meus amigos e colegas de mestrado, pelo companheirismo nas piores horas e pela troca de ideias.

Ao empreendimento turístico Vougaldeias pela oportunidade de estágio, pelo bem receber e partilha de conhecimentos.

Aos entrevistados pela disponibilidade e assertividade nas respostas às entrevistas exploratórias.

palavras-chave

Turismo rural, Moinhos, Análise Estratégica, Análise Financeira.

resumo

O turismo rural assume-se como o “produto de excelência” em Portugal, responsável pela atração de turistas nacionais e internacionais. No entanto, o potencial deste produto ainda não se encontra completamente explorado, existindo um conjunto de recursos endógenos que ainda não estão a ser aproveitados como atrações turísticas. Esta realidade acontece em vários concelhos de Portugal, analisando-se neste projeto de investigação a utilização de recursos endógenos no concelho de Águeda para o desenvolvimento de um projeto de Turismo Rural. Este projeto consiste no aproveitamento de um conjunto de ativos culturais endógenos (moinhos e edifícios de cariz agrícola) e naturais para a criação de um empreendimento de turismo rural. Este empreendimento estará inserido no Trilho das Levadas, localizado junto ao Rio Marnel, na Vila de Valongo do Vouga, pertencente ao concelho de Águeda.

A concretização deste projeto permitirá a recuperação dos ativos culturais e, em simultâneo, o desenvolvimento de uma atividade económica que contribuirá para a diversificação da oferta turística deste território e para um aumento dos potenciais benefícios que o turismo proporciona em áreas rurais. Para dar resposta aos objetivos desta investigação foram utilizadas várias fontes de informação e também vários métodos, em termos de análise e de recolha de dados. Inicialmente, foi realizado um estágio curricular no empreendimento turístico Vougaldeias, onde foi possível, através da observação participante, ficar a conhecer as diferentes fases de desenvolvimento de um projeto de turismo rural, bem como a gestão de empreendimentos desta natureza. A informação obtida no estágio foi complementada com a análise de outros projetos de turismo rural, dados estatísticos e entrevistas exploratórias aos agentes da oferta turística e a um grupo de potenciais consumidores. Esta informação permitiu realizar uma análise de diagnóstico em termos de potencial procura, concorrência e regulamentação. Com base na análise de diagnóstico é caracterizado o projeto de turismo rural que se desenvolve nesta investigação em termos de produto, procura, comunicação, concorrência, preço, potenciais fontes de financiamento e viabilidade económica.

keywords

Rural tourism, Mills, Strategic analysis, Financial analysis.

abstract

Rural tourism is considered as an excellent product in Portugal, responsible for national and international tourists attraction. Although, this product potential are not yet fully explored, there is a range of endogenous resources that may be currently underused like tourist attractions. This reality happens in several municipalities in Portugal, analysing in this investigation project the use of endogenous resources in the municipality of Águeda for development of a project in rural tourism. This project consists in a appreciation of an range of endogenous cultural assets (farm buildings and mills) and environmental assets for a creation of a rural enterprise. This enterprise is included in "Trilho das Levadas" and located by the river Marnel in the small town of Valongo do Vouga, district of Águeda.

The realization of this project will allow the recovery of cultural assets and simultaneous the development of a economic activity that will play role in a diversification of facilities for tourism and increase the potential benefits wich tourism provides in rural areas.

To respond the objectives of this investigation several sources of information and methods in terms of analysis and data collection were taking place. In the first place, a curricular internship was carried out at Vougaldeias with participant observation of the different stages of project development about rural tourism as well as management of enterprises of this nature.

The information gathered in internship was complemented by the analysis of other projects of rural tourism, statistical data and exploratory interviews to a agents of local tourism and a potential consumers group.

This information led to an diagnostic analysis in terms of potential demand, competition and regulation.

On the basis of diagnostic analysis the project of rural tourism is characterised that is developed in this investigation in terms of product, demand, communication, competition, price, potential funding sources and financial feasibility.

Índice

Capítulo I – Introdução	1
1.1 Objetivos	3
1.2 Relevância do Projeto.....	4
1.3 Metodologia Sumária	7
1.4 Estrutura	8
Capítulo II – Turismo rural	11
2.1 Definição e relevância.....	11
2.2 Características da procura	16
Capítulo III – Metodologia.....	19
3.1 Métodos de Recolha de Dados	19
3.1.1 Estágio Curricular	19
3.1.2 Revisão da Literatura	20
3.1.3 Entrevistas Exploratórias.....	20
3.2 Resultados das Entrevistas Exploratórias.....	24
Capítulo IV – Análise de Diagnóstico.....	29
4.1 Caracterização do Território.....	29
4.1.1 Acessibilidades.....	30
4.1.2 Clima	31
4.1.3 Património Natural	32
4.1.4 Património Edificado.....	33
4.1.5 Gastronomia e vinhos.....	33
4.1.6 Eventos, Atividades e Festividades	34
4.2 Enquadramento Legal	35
4.3 Oferta e Procura de Turismo no espaço rural.....	38
4.3.1 Oferta.....	38
4.3.2 Procura	40
4.3.3 Perfil dos Turistas.....	43

4.4 Concorrência	45
Capítulo V – Caracterização do Projeto	53
5.1 Infraestruturas e Equipamentos Existentes.....	53
5.2 Projeto a desenvolver	55
5.3 Produto	57
5.4 Preço.....	58
5.6 Procura Potencial	61
Capítulo VI – Projeto de Investimento e Viabilidade Económica	63
6.1 Pressupostos Gerais.....	63
6.2 Investimento.....	64
6.3 Financiamento e Encargos Financeiros.....	67
6.4 Receitas	68
6.5 Recursos humanos.....	73
6.6 Fornecimentos e Serviços Externos	75
6.7 Depreciações e Amortizações	78
6.9 Avaliação do Projeto	80
Capítulo VII – Conclusões, Limitações e Sugestões Para Futuras Investigações	83
Referências Bibliográficas	87
Anexos.....	97
Apêndices	159

Índice de Figuras

Figura 1 – Os Moinhos do Ribeiro	4
Figura 2 – Hidrografia do Baixo Vouga (Rio Marnel)	5
Figura 3 – Empreendimento Turístico Vougaldeias	7
Figura 4 – Casa Moleira (casa dos moinhos)	49
Figura 5 – Casa das Levadas (casa de arrumações)	50
Figura 6 – Casa da Farinha (casa de armazenamento de milho e farinha)	50
Figura 7 – Moinho (visitação ao moinho)	51
Figura 8 – Taberna dos Moleiros (casa de armazenamento de animais)	51

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Lista dos Agentes Locais Entrevistados	19
Tabela 2 – Perfil dos Potenciais Clientes	22
Tabela 3 – Perfil dos clientes dos Agentes Locais	23
Tabela 4 – Oferta da Região Centro	36
Tabela 5 – Oferta do concelho de Águeda	37
Tabela 6 – Procura da Região Centro	38
Tabela 7 – Procura do concelho de Águeda	39
Tabela 8 – Atividades e Hobbies dos Potenciais Clientes	42
Tabela 9 – Principais concorrentes de Sever do Vouga	45
Tabela 10 – Principais concorrentes de Águeda	47
Tabela 11 – Preços da Concorrência	48
Tabela 12 – Média dos Preços da Concorrência	57
Tabela 13 – Preços dos Moinhos do Ribeiro	57
Tabela 14 – Pressupostos Gerais	62
Tabela 15 – Investimento	64
Tabela 16 – Financiamento	66
Tabela 17 – Vendas Previsionais	68
Tabela 18 – Recursos Humanos	72
Tabela 19 – Fornecimentos e Serviços Externos	75
Tabela 20 – Matérias-Primas	76
Tabela 21 – Depreciações e Amortizações	76
Tabela 22 – Resultados Previsionais	77
Tabela 23 – Cash-Flows Previsionais	77
Tabela 24 – Avaliação do Projeto	78

Anexos

Anexo 1 – Plantas das casas dos Moinhos do Ribeiro e design interior	97
Anexo 2 – Orçamento do logótipo da empresa	109
Anexo 3 – Orçamento do arquiteto	110
Anexo 4 – Orçamento do contabilista	111
Anexo 5 – Orçamento da remodelação das casas e mão de obra	112
Anexo 6 – Orçamento do mobiliário	113
Anexo 7 – Orçamento do mobiliário de aquecimento	132
Anexo 8 – Orçamento de mobiliário da casa de banho	133
Anexo 9 – Orçamento do material de escritório	134
Anexo 10 – Orçamento do equipamento de segurança e vigilância	135
Anexo 11 – Orçamento do equipamento das necessidades básicas de funcionamento	136
Anexo 12 – Orçamento do ar condicionado	137
Anexo 13 – Orçamento do equipamento eficiente	138
Anexo 14 – Orçamento dos produtos alimentares	139
Anexo 15 – Orçamento dos produtos de limpeza	142
Anexo 16 – Orçamento do material de desgaste rápido	143
Anexo 17 – Orçamento do seguro multiriscos e acidentes de trabalho	144
Anexo 18 – Orçamento do empréstimo bancário	146
Anexo 19 – Tarifário das licenças	150

Apêndices

Apêndice A – Relatório de estágio	156
Apêndice B – Guião das entrevistas exploratórias aos agentes locais	335
Apêndice C – Guião das entrevistas exploratórias aos potenciais clientes	337
Apêndice D – Transcrições das entrevistas exploratórias dos potenciais clientes	339
Apêndice E – Transcrições das entrevistas exploratórias dos agentes locais	392
Apêndice F – Lista de agentes locais contactados	478
Apêndice G – Custo de criação de empresa	479
Apêndice H – Custo do livro de reclamações e placa de identificação	480
Apêndice I – Custo da energia e fluídos	481
Apêndice J – Atividades complementares do projeto	482
Apêndice L – Dormidas em Águeda - taxa de crescimento	483

Capítulo I – Introdução

A procura por alternativas ao turismo de massas tem aumentado (Poon, 1994) nos últimos tempos. Em contraste à vida urbana, as áreas rurais surgem como locais que refletem a paz, simplicidade, autenticidade e tranquilidade (Dong, Wang, Morais & Brooks, 2013).

Segundo o estudo de caso de Bohlin, Brandt e Elbe (2016) relativamente ao turismo como meio para o desenvolvimento regional e das áreas periféricas das regiões suecas, verifica-se que, apesar dos fundos de apoio para a recriação do turismo com fins competitivos nas áreas periféricas e rurais, a concentração nos centros urbanos permanece. O que deixa cair por terra, neste caso, a ideia de que o turismo pode reduzir as disparidades regionais, embora existam exceções.

Numa visão optimista, o uso de programas de apoio para o desenvolvimento do turismo no espaço rural pode criar dinâmicas territoriais importantes para o desenvolvimento sustentável dos territórios. Contudo, Bohlin et al. (2016) conclui que alguns fundos criam pouco efeito económico na indústria como um todo. No entanto, o estudo realizado por Schmitt, Lofredi, Berriet-Sollicec e Lepicier (2004), relativamente ao impacto dos programas da União Europeia para o desenvolvimento rural em Borgonha (França), avalia de forma positiva os impactos gerados pelos programas no desenvolvimento das regiões de destino, apesar do fraco contributo na criação de emprego.

Neste sentido, os benefícios dos diferentes tipos de turismo alternativo para as economias locais, regionais e nacionais prendem-se principalmente pela promoção do envolvimento ativo da população; criação de emprego; fomentação de outras atividades económicas na região e desenvolvimento de regiões rurais (Job & Paesler, 2013) com o intuito de evitar as fugas de capital para outros países/regiões, bem como a dependência de mercados estrangeiros, ao contrário do que acontece com o turismo de massas (Khan, 1997). Por outro lado, não há dúvidas que os turistas querem ter experiências diferentes e mais autênticas que proporcionem um envolvimento mais pessoal com o destino (Gilmore & Pine, 2007), assim como a crescente preocupação global pelo ambiente, também começa a levar as pessoas a procurar destinos e produtos turísticos mais responsáveis e “amigos do ambiente” (Han, Hsu, & Sheu, 2010).

O turismo no espaço rural é um desses tipos de turismo alternativo, que tem crescido nos últimos anos (Sharpley & Roberts, 2004). Este tipo de turismo pode incluir turismo

rural, agroturismo e ecoturismo (Beeton, 2006 cit in. Aref & Gill, 2009). Desta forma, não existe uma definição universal de turismo no espaço rural, existindo algumas variantes deste tipo de turismo de acordo com o país. Por exemplo, em Portugal, a legislação que classifica o turismo no espaço rural em diferentes tipologias de alojamento existentes em áreas rurais baseia-se no Decreto-lei n.º186/2015 de 3 de setembro. Por sua vez, uma área rural apresenta características específicas em termos de dimensão e atividades económicas. Lane (1994) descreve o turismo rural como uma atividade multifacetada, que inclui como destino as zonas rurais para férias e também o desenvolvimento de atividades com interesse na natureza, no património histórico, na cultura e no envolvimento com a comunidade. Sendo, por isso, também caracterizado o turismo rural pela especificidade da oferta, ligada à exploração dos recursos associados ao modo de vida rural, dado que não tem apenas em conta o critério geográfico (Luís, 2002).

Apesar de rural, este tipo de turismo faz a combinação de preocupações patrimoniais com o ideal de personalização de oferta de turismo de alta qualidade (Kastenholz, 2005).

Relativamente às motivações da procura de turismo rural, estas estão principalmente associadas ao espaço rural enquanto espaço natural, cultural, tradicional; espaço despoluído, promotor de uma vida saudável; espaço aberto a uma grande variedade de atividades desportivas e de recreio; e assim sendo, um espaço que proporciona experiências turísticas diversificadas que vão ao encontro de um mercado heterogéneo (Kastenholz et al., 1999; Silva, 2009). Estas motivações estão relacionadas com o aumento do interesse em experiências autênticas. Experiências estas, que se traduzem no apreciar das paisagens naturais e na proximidade com a natureza, remetendo para a ideia de bem-estar através das sensações de sossego e paz. Assim como o envolvimento com a comunidade local no que toca à simpatia, característica dos meios pequenos e também oferta em termos de restaurantes e trilhos pedestres (Araújo, 2011; Kastenholz et al., 2013).

Por fim, se o turismo rural for adotado como um modelo de desenvolvimento sustentável, pode dinamizar e criar riqueza para a região. Uma vez que pode ajudar a diminuir o despovoamento, criar emprego, preservar a natureza e os espaços rurais, divulgar produtos regionais e atividades culturais, preservar os recursos naturais e requalificar o património histórico (Araújo, 2011; DGADR, 2015).

1.1 Objetivos

O objetivo desta investigação é a definição de uma estratégia para o desenvolvimento de um projeto de turismo rural, no concelho de Águeda. Este projeto consiste na requalificação de edifícios antigos (casas agrícolas e moinhos), situados na Vila de Valongo do Vouga, junto ao Rio Marnel, composto por um espaço de alojamento, de visitas e de atividades recreativas, desportivas e culturais, desenvolvidas em espaços naturais.

Com este projeto, pretende-se, sobretudo, recuperar os edifícios antigos e área florestal envolvente; dar novas funções aos edifícios de cariz agrícola e iniciar a atividade tradicional (moinhos) para visitação; contribuir para o desenvolvimento da economia local; criar riqueza e emprego; envolver a comunidade e criar parcerias e captar turistas.

Neste sentido, os objetivos específicos correspondem às fases de desenvolvimento do projeto, com base no estágio curricular, revisão da literatura e entrevistas exploratórias.

A fase inicial, diz respeito ao enquadramento teórico, que tem por objetivo definir o turismo rural e caracterizar a sua procura com recurso à revisão da literatura.

A fase seguinte tem como objetivo analisar a zona envolvente do projeto. Para tal, é essencial caracterizar o território, identificar os requisitos legais para a classificação do alojamento turístico a desenvolver, identificar a procura potencial e identificar e caracterizar a concorrência. Para a definição da procura potencial, para além da recolha de dados estatísticos, é necessária a recolha de dados primários junto de potenciais parceiros e também de potenciais consumidores do produto. Para a obtenção dos dados, aplicaram-se entrevistas semiestruturadas.

Segue-se a caracterização do projeto com o objetivo de apresentar as infraestruturas e equipamentos existentes, assim como o projeto a desenvolver. Na sequência da informação recolhida anteriormente, define-se: o produto; o preço (através da análise da concorrência indireta e especificidades do produto); a estratégia de comunicação (ao analisar os dados recolhidos, quer no estágio curricular, quer nas entrevistas exploratórias); a procura potencial do projeto, tendo em conta as entrevistas exploratórias e alguns dados estatísticos publicados sobre o mercado do Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação em Portugal. Por fim, apresenta-se o projeto de investimento e viabilidade económica onde se apresentam os pressupostos gerais, o valor do investimento no projeto, as receitas geradas, o custo dos recursos humanos, fornecimentos e serviços externos e matérias-primas para o seu funcionamento e

avaliação do financiamento. Após esta análise, conclui-se com o cálculo dos resultados previsionais, depreciações e amortizações, fluxos de caixa e cash-flows para estimar a viabilidade do projeto através da avaliação do projeto.

1.2 Relevância do Projeto

Este projeto de investigação pretende definir uma estratégia de requalificação e dinamização do ponto de vista turístico, de um conjunto de ativos culturais e naturais (Figura 1), inseridos no Trilho das Levadas, localizado junto à margem direita do Rio Marnel, na Vila de Valongo do Vouga, pertencente ao concelho de Águeda.



Figura 1 – Os Moinhos do Ribeiro
Fonte: Elaboração própria

Os ativos que servem de base são cinco edifícios com uma fase inicial de restauro, dos quais, dois, são moinhos de água ou azenhas e os restantes três edifícios anexos são de caríz agrícola, que se encontram no lugar do Ribeiro, lugar atualmente extinto (Wikipédia, 2017). De acordo com o significado que é dado à palavra “Marnel”, pressupõe-se que o rio Marnel (Figura 2) era caracterizado como um terreno alagadiço que permitia apenas a passagem de pequenos barcos com alguma dificuldade (Terras do Marnel, 2011). Hoje, verifica-se que já não é essa imagem que o seu leito oferece, antes pelo contrário. Trata-se de um corredor ripícola com pequenas quedas de água resultantes das levadas existentes. A envolvente do projeto é composta por um coberto florestal de

pinheiros, loureiros, medronheiros, sobreiros e várias espécies de carvalhos, entre outras. Nas margens do Marnel, existe uma abundância de fetos reais e musgos, que evidenciam a diversidade de fauna e flora que caracteriza o local.

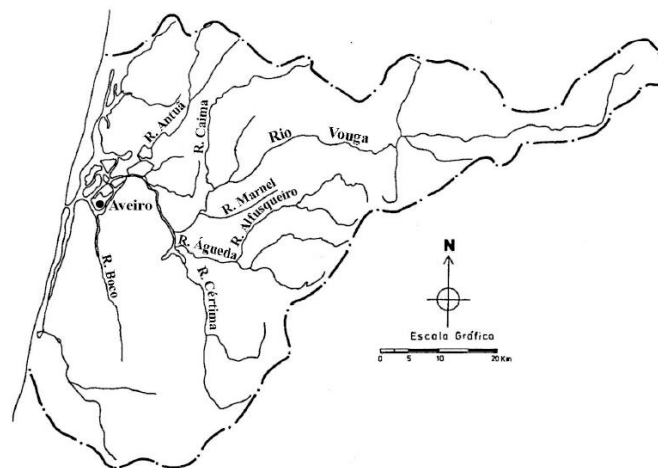


Figura 2 – [Rio Marnel] Hidrografia do Baixo Vouga
(Hidrografia do Baixo Vouga, 1986)

Nesta investigação, verifica-se que a falta de planeamento adequado nas regiões turísticas é o principal responsável pelos efeitos negativos da atividade. Ou seja, a degradação ambiental, aculturação, desequilíbrio social, entre outros (Inskeep, 1993; Cooper et al., 2001; Ruschmann, 1996; Costa, 1996). Desta forma, torna-se relevante e também uma mais-valia para o desenvolvimento do projeto, uma aposta num planeamento adequado e definição de uma estratégia tendo em conta a valorização do património molinológico, requalificação dos edifícios anexos e conservação do espaço natural envolvente.

Não se tem um real conhecimento dos moinhos, nem se sabe ao certo o ano de construção dos mesmos (Estima, 2003), os únicos dados recolhidos são de uma escritura cedida em 1972 por Joaquim Soares de Sousa Baptista, mas já nesta altura estavam em ruínas. Sabe-se que era um pequeno aldeamento onde viviam moleiros que faziam dos moinhos a sua forma de subsistência e, com o passar do tempo, este local foi sendo abandonado.

Atualmente, restam alguns vestígios de moinhos e edifícios ao longo das margens do rio Marnel. Para este projeto foram escolhidos edifícios e moinhos já com restauro inicial das fachadas, realizados por um único proprietário, que se encontram sem qualquer utilidade.

Mais uma vez, sublinha-se a importância do projeto, tendo em conta a extinção dos moleiros nesta zona, em contraste com outros tempos, onde o pão era fabricado em quase todas as casas e servia de sustento a inúmeras famílias. Esta tradição foi-se perdendo com o envelhecimento da população e a transformação da sociedade que levou ao abandono de muitas das atividades tradicionais.

No entanto, esta atividade fez parte da infância da maior parte da comunidade atual, e é hoje um elemento de grande nostalgia tanto para os residentes, como também para a população que visita este espaço/território.

Já existe interesse das entidades públicas em dinamizar o território. A Câmara Municipal de Águeda, por exemplo, desenvolveu um percurso pedestre “O Trilho das Levadas” de aproximadamente 6 km, tendo ocorrido a celebração de um acordo que permitia a passagem na propriedade onde se encontram os moinhos.

Segundo alguns arquitetos paisagísticos e autores de projetos, argumenta-se que com um planeamento e uma gestão eficaz é possível uma coexistência ou «simbiose» entre turismo e ambiente (Budowski, 1976; Pigram, 1980; Mathieson & Wall, 1982; Romeril, 1985; Gunn, 1988). Também, Campbell e Gedye (2013) evidenciam o declínio da agricultura tradicional e de atividades florestais e a necessidade de apostar em atividades recreativas e turísticas para revitalizar muitas das áreas rurais existentes.

Todas estas evidências tornam oportuno o desenvolvimento do projeto, para além dos próprios caminheiros que frequentemente manifestam interesse em pernoitar no local.

É também importante referir que existe a necessidade de manutenção dos acessos, assim como a instalação de energia elétrica por conduta subterrânea, abastecimento de água (depósito) e fossas sépticas (devido à falta de saneamento), para assegurar a implementação do projeto.

No seguimento, a necessidade de quebrar a rotina leva ao surgimento do interesse em atividades que proporcionem outras experiências e, ao mesmo tempo, tornem rentável a utilização dos tempos livres. Por esta razão, no desenvolvimento do projeto torna-se relevante a definição de atividades complementares ao alojamento. Desta forma, o projeto poderá posicionar-se como elemento diferenciador e inovador no mercado, visando devolver a dignidade perdida deste espaço no decorrer dos tempos. Esta posição poderá ser tomada através da valorização do património molinológico e sociocultural, com a recuperação da atividade do moinho e restauro dos edifícios de cariz agrícola com a funcionalidade de alojamento e desenvolvimento de atividades complementares.

Para dar início a esta investigação e com o objetivo de obter informação relevante para o desenvolvimento do projeto de turismo rural, foi realizado um estágio curricular num empreendimento turístico, a Vougaldeias, no concelho de Sever do Vouga, com a duração de três meses, que teve início em outubro de 2016. Durante este estágio, foram realizadas várias atividades que contribuíram para a realização do projeto, nomeadamente, a análise e identificação de motores de reserva de alojamentos turísticos; estratégias para captar clientes e a análise da concorrência. Além disso, atividades a desenvolver após a implementação do projeto, tais como, a organização e planeamento de eventos; criação de pacotes de viagem; desenvolvimento de atividades ao longo do ano e a avaliação de custos para participação nas feiras de turismo (Apêndice A).

A escolha do local para a realização do estágio teve, também, como objetivo, adquirir conhecimentos práticos na área do planeamento e gestão de empreendimentos de turismo rural.

Em termos de características semelhantes, tanto Águeda como Sever do Vouga, primam pela boa gastronomia, ambiente e festividades, elementos de grande interesse, quer para os visitantes, quer para os residentes enquanto prestadores de serviços, o que torna o estudo aliciente.

1.3 Metodologia Sumária

Para a realização deste projeto de investigação, foram utilizadas várias fontes de informação e também vários métodos em termos de análise e recolha de dados. Inicialmente, foi realizado um estágio curricular no empreendimento turístico Vougaldeias (Figura 3), situado em Couto de Esteves, concelho de Sever do Vouga.



Figura 3– Empreendimento Turístico Vougaldeias
(Vougaldeias, 2017)

Durante a realização deste estágio, o método utilizado para a recolha de dados foi a observação participante, com o objetivo de conhecer a orgânica interna e funcionamento de um empreendimento turístico no espaço rural, bem como conhecer as fases de desenvolvimento de um projeto desta natureza (Apêndice A).

Numa segunda fase, utilizaram-se várias fontes de dados primários e secundários para obter informação relevante para as diferentes etapas que integram um projeto de desenvolvimento de turismo rural. A informação primária recolhida através da observação participante é complementada com um conjunto de entrevistas semiestruturadas, realizadas a diferentes intervenientes (potenciais clientes e agentes locais). Assim como a análise de dados secundários, através da literatura relativa a estratégias de desenvolvimento e gestão de projetos, projetos realizados, artigos de turismo rural, dados estatísticos e análise da concorrência.

1.4 Estrutura

O presente documento encontra-se organizado em seis capítulos. O capítulo I é composto pela introdução do projeto, onde se faz referência ao tema e suas características, objetivos do estudo, relevância, metodologia sumária do projeto e sua estrutura.

No capítulo II, inicia-se o enquadramento teórico com a definição do conceito de turismo rural, a sua importância e características.

O capítulo III compreende a descrição detalhada da metodologia utilizada para desenvolver este projeto de investigação em termos de métodos de recolha e análise da informação.

Quanto ao capítulo IV, este corresponde à análise de diagnóstico que integra a caracterização do território, o enquadramento legal da tipologia de alojamento, a concorrência e a procura potencial.

O capítulo V inclui a caracterização do projeto onde se identificam as infraestruturas e equipamentos existentes, o produto a desenvolver (tendo em conta os dados recolhidos anteriormente), os preços que serão praticados através da análise da concorrência indireta e diferenciação de preço consoante as especificidades de cada casa. Assim como, a estratégia de comunicação e promoção, que inclui os canais de distribuição mais utilizados pelos entrevistados e considerados mais relevantes de acordo com o estágio.

Por fim, no capítulo VI, procede-se à análise financeira do projeto através da caracterização do investimento, custos e receitas, bem como a adequação dos fundos ao projeto e avaliação da sua viabilidade.

Capítulo II – Turismo rural

2.1 Definição e relevância

Os territórios rurais, em Portugal e da maioria dos países da União Europeia, estão em mudança, devido ao êxodo populacional e à depressão económica associada ao declínio das atividades tradicionais (Figueiredo, 2011).

Na Europa, particularmente, o turismo tem sido encarado como um desafio quando associado com o declínio do tradicional e do autêntico (Cavaco, 1995; Williams & Shaw, 1998). O relatório “Futuro do Mundo Rural” (Comunicação da Comissão Europeia ao Conselho e Parlamento citado em Barros, 2000) estabelece um primeiro conjunto de ideias que remetem à valorização de novas funções para os territórios rurais nomeadamente o lazer e o recreio, um dos primeiros sinais da tentativa de mudança do paradigma do mundo rural (Carvalho & Silva, 2010).

Neste sentido, as estratégias de desenvolvimento dos territórios rurais têm vindo a apontar o turismo como um dos setores fundamentais para o desenvolvimento de territórios menos favorecidos. O potencial reside na recuperação e preservação dos ativos destes territórios que constituem o contributo para o desenvolvimento da economia local através da criação de novos empregos, quer na área do turismo, quer nas atividades artesanais, permitindo desta forma a existência de outras fontes complementares de rendimentos (Cavaco, 1999). Para além de que este tipo de turismo pode ser desenvolvido localmente, com a participação das autarquias locais e pequenos negócios sem necessidade de dependência a outras empresas ou agentes externos ao território (Wilson et al., 2008). Deste modo, as políticas públicas nacionais e europeias são cada vez mais orientadas para o desenvolvimento local através do aumento dos fundos estruturais europeus, assim como, a evidência de cada vez mais programas de desenvolvimento de turismo rural (Sharpley & Southgate, 2002).

O turismo rural tem características distintas que podem variar de intensidade de acordo com a área. Tendo em conta os espaços rurais, estes têm vindo a ser progressivamente incorporados na categoria de espaços de turismo e de desejo e espaços que estão na moda (Ribeiro, 2003). Também segundo Simões (2003), associado ao turismo rural, surgem diferentes tipologias de turismo, como o turismo de natureza, o turismo sustentável, turismo ativo, turismo de aventura, cultural, ecoturismo, entre outros.

Em resultado, as vocações do mundo rural têm vindo a alterar-se e ocorre o aumento do consumo e prática de atividades de lazer e recreio nestes espaços. Da mesma forma, as mudanças ocorridas na sociedade resultam no entendimento das áreas rurais como um espaço personalizado, de recuperação do património e de memórias perdidas (Figueiredo, 2011; Woods, 2007), capaz de motivar pessoas para a prática de turismo não organizado e ao mesmo tempo, satisfazer a procura por formas apropriadas de turismo em termos ambientais (Sharpley, 2002).

Cavaco (1993) define as tipologias de zonas rurais que se caracterizam em três áreas distintas: os campos periurbanos, os campos em vias de extinção ou abandono e os campos intermédios. Os periurbanos são os campos onde ocorre uma dinâmica demográfica, económica e pressões da expansão urbana. Os campos em vias de extinção ou abandono caracterizam-se pela inexistência de dinâmica demográfica e económica, embora existam algumas exceções. Por fim, os campos intermédios baseiam-se nas características de ambas as situações anteriores. No seguimento, apresentam-se as tipologias de Moreira (1994), que definem a primeira área como aquela que se situa na zona periférica dos centros urbanos, a segunda zona como aquela que corresponde a um espaço de atividades de lazer dos urbanos, distante da primeira zona. E, por fim, a última zona que corresponde ao espaço rural profundo, onde ocorre difusão das atividades de turismo. Contudo, e de forma a complementar o que foi mencionado anteriormente, Figueiredo (1999) sustenta que as zonas rurais são caracterizadas pela diminuta densidade demográfica e poucas infraestruturas com destaque para zonas paisagísticas e de cobertura vegetal; pela prática da agricultura enquanto economia local; pelo modo de vida da população; pela relação com o espaço; e, pela identidade e autenticidade. Por consequência, o espaço rural passou por três fases: marginalizado, integrado e por fim valorizado (Figueiredo, 1999).

Ainda relativamente ao conceito de zonas rurais, Lane (1994) apresenta três características gerais de zonas rurais que podem estar relacionadas com a atração que exercem nos turistas. Em primeiro lugar: a densidade populacional baixa e o reduzido grau de fixação das populações são a principal característica das zonas rurais (critérios diferentes, consoante os países). Segundo, as zonas rurais podem caracterizar-se por explorações e economias agrícolas tradicionais. E por fim, as estruturas sociais tradicionais que compreendem estilos de vida e mentalidades conservadoras, que associadas aos aspetos pitorescos e às oportunidades lúdicas do campo, atraem turistas

provenientes de zonas urbanas (Lane, 1994). No entanto, pode não existir dissociação entre os recursos urbanos e rurais para fins recreativos (Patmore, 1983).

Quanto ao turismo rural, é difícil dar uma definição simples devido aos vários propósitos que este concerne. Assim como é difícil dar uma definição complexa que envolva todas as áreas rurais. Ainda assim, o conceito de turismo rural não tem apenas em conta um critério geográfico, este refere-se sobretudo à especificidade da oferta (Lane, 1994). Por isso, verificam-se formas específicas de atividades em áreas rurais (Sharpley, 1996), a legislação portuguesa, adota o termo Turismo em Espaço Rural definindo-o como uma modalidade de alojamento, distinta por determinadas características da arquitetura, infraestruturas, enquadramento paisagístico e serviços associados (Eusébio & Kastenholz, 2011).

Contudo, nem toda a oferta nas áreas ditas rurais apresenta a mesma capacidade de atrair e satisfazer os visitantes (Kastenholz, 2004; Ribeiro & Marques, 2002; Sharpley & Vass, 2006), estando o sucesso da oferta dependente muitas vezes da envolvente, ou seja, localização e potencialidades do destino turístico (Walford, 2001; Gannon, 1994).

Por outro lado, o turismo rural tem sido promovido de forma crescente em oposição ao turismo de massas em algumas áreas (Getz, 1998 citado em Sharpley, 2002). Entende-se como uma abordagem ao desenvolvimento sustentável quando estabelecido em termos de equilíbrio entre o turismo rural e costeiro. Neste âmbito, o turismo rural também serve de instrumento mitigador dos problemas de sazonalidade associados à época balnear; dependência em relação a determinados mercados e produtos; forte concentração geográfica; custos ambientais; entre outros, permitindo atenuar ou suavizar alguns dos problemas relacionados com o turismo de massas (Pérez, 2009).

Contudo, Lane (1994) argumenta que as razões que levam qualquer área rural a adotar um desenvolvimento sustentável prendem-se com a necessidade de preservar e conservar as qualidades intrínsecas dos locais. Isso implica que as atividades turísticas para além da vertente económica, devem assegurar a parte social, cultural e o património e ambiente onde se favorece o desenvolvimento de segmentos turísticos específicos (Breda & Costa, 2010; Dias et al., 2010). Em concordância com a caracterização de Lane (1994), também Kastenholz (2013) evidencia que o turismo rural necessita de características específicas do rural, em função do destino onde decorrem as experiências turísticas. Relativamente à imagem do destino, para Kastenholz (2010), esta pode ser representada através de uma imagem afetiva: percebida pelo simples e calmo e pela imagem cognitiva: percebida pela natureza, ambiente acolhedor, cultura, informação e ação/diversão.

Desta forma, o turismo rural parece sinónimo do desenvolvimento sustentável ao estar implícita a natureza, a escala, carácter, tipo e dimensão de propriedade do desenvolvimento do turismo.

Relativamente ao espaço natural, destacam-se vários estudos que comprovam o bem-estar das pessoas após a interação com a natureza, como, por exemplo, o estudo de Berman, Jonides e Kaplan (2008) que apresenta os benefícios cognitivos resultantes dessa interação e também o estudo de Willis (2015), que associa o contributo dos serviços de ecossistemas culturais para um melhor entendimento perante os benefícios para as pessoas. Uma vez que os espaços naturais ajudam a reduzir os sintomas de fadiga mental, como a irritabilidade, a falta de concentração ou a impulsividade (Kaplan, 1987 citado por Kuo & Sullivan, 2001) melhorando, assim, as nossas funções cognitivas (atenção, concentração e memória) (Berman, Jonides & Kaplan, 2008) com as vantagens de relaxamento e alívio do stress (Willis, 2015), melhorias no humor e sentimento de felicidade (Barton & Pretty, 2010).

Assim, de uma forma eficaz, a nova estratégia de desenvolvimento do turismo em muitos países, incluindo Portugal, baseia-se na diversificação espacial e de produtos, na diferenciação e na conquista de mercado interno e também do mercado internacional (Cunha, 2003). Desta forma, cada vez mais é necessária a integração do turismo rural localmente. Esta estratégia gera rendimentos, com benefícios diretos para a comunidade. Ao mesmo tempo, potencia o desenvolvimento baseado no estabelecimento de parcerias com outros agentes locais, nas sinergias e participação (Jenkins & Oliver, 2000). Neste contexto, a integração tem tido alguma relevância na literatura de turismo quando associado ao planeamento e gestão do turismo (Gunn, 1988; Inskeep, 1991; Butler, 1999). Importância que compreende as dimensões da sustentabilidade em relação ao turismo, das quais se destacam a dimensão económica, social e cultural e ambiental (Ilbery et al., 2007).

Atualmente, o âmbito do turismo rural implica o recurso a novos métodos de gestão e de planeamento do setor (Roberts & Hall, 2001) e a transformações profundas na estrutura socioeconómica do espaço natural e na relação com o turismo. Com efeito, a descoberta de novos destinos e produtos turísticos apresenta-se como apelativa para os turistas e para os agentes turísticos da oferta, autarquias e população local (Kastenholz, 2005).

Contudo, o turismo rural, tal como outras formas de turismo, também pode trazer consequências indesejáveis para as comunidades locais em termos económicos, sociais e

ambientais (Gannon, 1994), discutem-se, sobretudo, os efeitos negativos sobre o ambiente no que se refere aos recursos naturais, proteção da biodiversidade, equilíbrio dos ecossistemas, respeito pela traça arquitetónica e também em relação às populações locais e recetoras de turismo. Por outro lado, também existem algumas desvantagens do turismo rural enquanto atividade turística, que assim como outros tipos de turismo, passa pela existência de empregos precários e mal pagos, com empresas resultantes dos empreendimentos com tendência a ser de pequena escala, pelo mercado altamente sazonal e ainda com forte possibilidade de concorrência, o que pode levar à perda de diferenciação como exemplo (Lullop et al., 1994; Smith, 1989; Sharpley & Southgate, 2002). Não obstante, o turismo rural continua a ser uma das poucas opções economicamente viáveis para as comunidades rurais (Fesenmaier, et al. 1995).

Segundo Cavaco (2006) o turismo adequa-se de forma a satisfazer o cliente, embora, a perspetiva do turista seja diferente da do residente, uma vez que o turista encara o espaço como um espaço de lazer e o residente como um recurso de sobrevivência.

Para os turistas em geral, o conjunto de ofertas exprime-se em termos de experiências e reconhecimento de valores culturais e gastronómicos diversificados na base da hospitalidade do mundo rural. Nelas também se identificam vantagens para o turismo rural, que são inúmeras a nível local, tendo em conta a diversificação da economia regional através das empresas de pequena escala; a melhoria da qualidade de vida das famílias rurais; diversificação da oferta turística; diminuição do êxodo rural; promoção do intercâmbio cultural; conservação dos recursos e requalificação de áreas e edifícios; criação de novas oportunidades de emprego; melhoria das infraestruturas de transporte e acessibilidades, comunicação, saneamento e valorização de atividades (ETB, 1988; Thibal, 1988; Kieselbach & Long, 1990; Gannon, 1994; OCDE, 1994).

Assim, o mundo rural decorre de alterações e readaptações devido à necessidade de atração de pessoas e captação de dinheiro localmente, em resultado da transformação de locais de produção agrícola em lugares de consumo de atividades de turismo, recreio e reprodução de atividades tradicionais (Figueiredo, 2011; Woods, 2007).

No que concerne aos empreendimentos em turismo no espaço rural, estes também são um importante suporte à atividade económica de espaços rurais, quer na recuperação e conservação do património quer pelos benefícios para a comunidade local.

Em conclusão, o turismo rural tem vindo a construir progressivamente uma imagem multifuncional do espaço rural, constituindo um potencial veículo de reabilitação económica e social, em especial das zonas periféricas e tornou-se num fator de influência

na reconversão do espaço natural. Estando hoje, na ordem do dia a questão do desenvolvimento do turismo sustentável, com o intuito de estabelecer o equilíbrio a todos os níveis setoriais e procurando avaliar o contributo do turismo rural enquanto estratégia de desenvolvimento sustentável (Gannon, 1994; Cavaco, 1995; Hoggart, Buller & Black, 1995; Fleischer & Pizam, 1997; Jenkins, Halle & Troughton, 1998; Saeter, 1998; Fleischer & Felsenstein, 2000).

2.2 Características da procura

Do ponto de vista da procura, têm-se produzido um conjunto de transformações, que favorecem o desenvolvimento do turismo rural. Na base estão razões de ordem social e psicológica, associadas à necessidade do indivíduo quebrar a rotina e/ou escapar à vida quotidiana na procura de experiências (Silva, 2007; Pearce & Lee, 2005). Provenientes, na sua maioria de centros urbanos, com alguma experiência em termos de viagens, estando mais aptos a estabelecer comparações e são normalmente detentores de um nível cultural elevado (Moniz, 2006).

Kastenholz (2003) divide o turista TER em quatro segmentos, entre eles, os turistas rurais calmos, que representam indivíduos mais velhos com altos rendimentos e cultura que se caracterizam pela visão romântica dos espaços rurais como sendo autênticos, despoluídos, com património cultural, proximidade com a natureza e a integração num estilo de vida rural e tradicional; os entusiastas rurais ativos que pertencem a uma faixa etária jovem com motivações semelhantes aos rurais calmos, embora mais interessados em atividades desportivas, recreativas e oportunidades de convívio; os puristas, normalmente estrangeiros que procuram um ambiente natural, despoluído e tranquilo que não valorizam infraestruturas turísticas, nem o convívio, nem aspetos culturais; e por fim, os urbanos que na maioria são jovens que não valorizam o campo nem as suas atividades intrínsecas, que procuram fundamentalmente infraestruturas de divertimento, atrações e atividades, o contrário de um destino rural autêntico e calmo.

Contudo, o desejo de experienciar as formas de vida tradicionais do meio rural é uma das motivações que mais está a impulsionar este segmento turístico, para além do conhecimento das características das áreas rurais (Silva, 2006). Sendo que a diferenciação e a autenticidade são as chaves do produto para garantir a atração dos turistas, para além da qualidade e bom nível de serviços (Moniz, 2006). O produto turístico total é entendido como a experiência completa que se inicia desde que o turista sai de casa até ao regresso

(Middleton, 1988). Pretende-se que seja este o produto que compõe a procura nas áreas rurais (Kastenholz, 2005).

A experiência em TER demonstra que a motivação principal é a proximidade à natureza, quer para atividades de lazer, recreativas e desportivas *outdoor*, quer para experiências autênticas em contacto com a natureza (Rodrigues & Kastenholz, 2010). Outras motivações prendem-se com a procura do idílico rural (Figueiredo, 2009).

Neste sentido, alguns estudos publicados indicam que os turistas tendem a considerar as áreas rurais como locais para escapar à rotina e ao stress da vida urbana (Urry, 2002). Em contraste à vida urbana os espaços rurais parecem refletir a simplicidade, autenticidade e tranquilidade. Por esta razão, os turistas procuram o modo de vida rural nas suas férias, sendo que a satisfação das suas expectativas passa por um conjunto adequado de ofertas (Frochot, 2005). Destas ofertas, destaca-se o interesse em conviver em ambiente familiar e de amigos num ambiente diferente, bem como interesse em explorar a região em termos gastronómicos, culturais e o modo de vida rural (Kastenholz & Sparrer, 2009) assim como o regresso às origens (Rodrigues, Kastenholz, & Morais, 2011).

Sendo que, por exemplo no caso das casas rústicas, a procura é movida pelo desejo de entrar em contacto com a cultura popular, em contraste com os solares em que a procura é devido ao contexto histórico e experiência do estilo de vida das elites da província (Silva, 2007).

Por fim, a crescente procura por novas experiências em férias, com o crescente interesse nas atividades ao ar livre, desde caminhadas, observação de aves, passeios de bicicleta, visitas a parques e património local e experiência com atividades agrícolas, resultam dos vários contextos que se relacionam com o aumento dos níveis de educação e de experiências de viagem (Kastenholz et al., 2014).

Esta revisão literária permitiu destacar alguns aspetos relevantes para a orientação estratégica do projeto, nomeadamente a importância da autenticidade dos meios rurais (por exemplo: o respeito pela traça arquitectónica) e a valorização e definição de novas funções para os territórios que resulta da integração do setor do turismo localmente. Considera-se que a recuperação e preservação dos ativos culturais e naturais constituem um contributo para o desenvolvimento da economia local como, por exemplo, a criação de novos empregos, permitindo desta forma a existência de outras fontes complementares de rendimentos. Assim como, o estabelecimento de parcerias e envolvimento da

comunidade, aliados ao desenvolvimento de atividades complementares, para além do serviço de alojamento como garantia do sucesso do projeto.

Neste sentido, a caracterização do projeto enquanto turismo rural também pode ser encarado como uma estratégia inovadora e diferenciadora, dada a definição da oferta de acordo com a procura, uma vez que este tipo de turismo se enquadra na categoria de espaços de desejo e espaços que estão na moda. Em termos de características da procura, estas prendem-se com as sensações de bem-estar, benefícios para a saúde e vontade de experienciar as atividades dos meios rurais, o que contribui para uma melhor definição do produto. Associadas a estas características, estão as preocupações ambientais, que são importantes, não só para a perservação do local, como também são valorizadas pelos turistas.

Capítulo III – Metodologia

3.1 Métodos de Recolha de Dados

Face à especificidade do estudo, foram utilizados dados secundários e dados primários. A escolha da metodologia centrou-se em vários métodos, nomeadamente, a observação participante (recolha de dados primários), a análise documental e revisão da literatura (recolha de dados secundários) e entrevistas exploratórias (recolha de dados primários).

3.1.1 Estágio Curricular

Numa primeira fase, para o desenvolvimento da investigação procedeu-se a um estágio de três meses, onde foi possível recolher dados relevantes para este projeto de investigação através da observação participante (Apêndice A). Neste estágio foi possível conhecer a orgânica interna e o funcionamento de um empreendimento turístico em espaço rural, bem como conhecer as fases de desenvolvimento de um projeto desta natureza.

Segundo Lakatos (1996, p.79), a observação permite “identificar e obter provas a respeito de objetivos sobre os quais os indivíduos não têm consciência, mas que orientam o seu comportamento”.

A metodologia utilizada para este estudo teve por base a observação direta, individual, participante e estruturada, que consistiu em avaliar as primeiras impressões do empreendimento turístico com a intenção de identificar as necessidades de mudança, as suas potencialidades e as ameaças. Após o enfoque no empreendimento, procurou-se identificar, através de uma análise de conteúdo da plataforma de reservas (*Booking*), *Website* e plataformas de comunicação, algumas recomendações na área da gestão do alojamento e também identificar a concorrência deste empreendimento. Para uma atualização e *upgrade* do empreendimento, procedeu-se a uma pesquisa de informação relativamente aos canais de comunicação digitais mais procurados pelos turistas, possibilidade de estabelecer novas parcerias, definição de estratégias: criação de itinerários, dinamização de eventos e formas de comunicação para atrair mais turistas durante todo o ano, contribuindo, assim, para diminuir a sazonalidade. Para além da

recolha de todas as informações mencionadas, este estágio, também, permitiu estabelecer contato e obter experiência nas várias fases que integram o processo de fornecimento de serviços de alojamento no espaço rural (parceiros, fornecedores, clientes, entre outros).

3.1.2 Revisão da Literatura

Numa segunda fase, foram recolhidos um conjunto de dados secundários em livros, artigos científicos e páginas de internet de entidades, instituições/organismos relevantes para o desenvolvimento do projeto. Outro procedimento adotado foi a pesquisa documental, neste caso, recorre-se a fontes mais diversificadas, desde documentos oficiais, revistas, jornais, entre outros. Em termos estatísticos, existe alguma dificuldade em encontrar informação tratada e específica sobre o turismo rural no concelho de Águeda, apesar de existir já legislação que regula e classifica o turismo rural de acordo com as tipologias de empreendimentos.

Nesta segunda fase, foram analisados alguns projetos de turismo rural em Portugal (exemplos: Rota das Aldeias de Xisto, Projeto - The Overall Rural Tourism Experience and sustainable local community development (ORTE), entre outros), livros sobre análise estratégica, gestão do produto e uma abordagem a artigos na área do turismo rural; pequenas e médias empresas; tendências do setor do turismo rural; turismo no espaço rural; desenvolvimento sustentável dos destinos rurais. Foi realizada também uma análise de documentos relativos à legislação para alojamentos (definição de tipologias) e modos de financiamento, análise do Plano de Marketing Territorial de Águeda e a Estratégia de Especialização Inteligente – S3 para a área do turismo em Águeda e o Plano Diretor Municipal de Águeda.

3.1.3 Entrevistas Exploratórias

Numa terceira fase, devido à inexistência de uma base de dados relativamente ao perfil dos turistas que procuram o turismo rural no concelho de Águeda e, no caso, dos agentes locais, também não existir uma lista de consulta das empresas prestadoras de serviços turísticos, consideraram-se 10 agentes locais e 10 potenciais clientes do projeto para a realização de entrevistas exploratórias. As entrevistas exploratórias têm como objetivo obter informações que permitam caracterizar o perfil dos clientes, tomar conhecimento da oferta disponibilizada no concelho de Águeda, averiguar a possibilidade

de estabelecimento de parcerias, assim como informações que permitam a tomada de decisão da definição do produto do projeto a desenvolver.

Para elaboração da lista de agentes locais, foi feita uma pesquisa e análise por meio da internet, onde foram escolhidos os entrevistados de acordo com as atividades que desenvolvem e interesse em estabelecer parceria com o projeto. A escolha dos entrevistados (agentes locais e potenciais clientes) definiu-se através de uma amostra por conveniência, com a premissa de interesse no projeto (pernoitar) no caso dos potenciais clientes e interesse em estabelecer parceria com o projeto devido às suas atividades turísticas e recursos situados no concelho de Águeda, no caso dos agentes locais. Ou seja, os agentes locais que foram inquiridos neste estudo fazem parte dos grupos: (i) fornecedores de atividades de animação turística (atividades de natureza, desporto, aventura, relaxamento e bem-estar, lazer e recreio, entre outras) e (ii) fornecedores de serviços de restauração e bar.

Após a elaboração da lista de agentes locais (Apêndice F), estabeleceu-se o contacto através de correio eletrónico, contacto direto e por telefone.

Desta lista, não se obteve a resposta de todas as entidades previstas e algumas não se mostraram recetivas à elaboração da entrevista. Pelo que se incluíram também dois agentes turísticos que trabalham em nome individual para a concretização das 10 entrevistas (Tabela 1). Os alojamentos turísticos na modalidade “casas de campo” de Águeda seriam os indicados para o estudo, mas não foram tidos em conta, uma vez que após o contacto, não demonstraram disponibilidade em participar no estudo.

Tabela 1 – Lista dos Agentes locais entrevistados

1- Restaurante – Varanda do Rio (VR)	6 - Casa do Povo de Valongo do Vouga - IPSS (CP)
2- Margens, Animação Turística e Eventos (MA)	7- Ozxtreme – Roupas e acessórios Outdoor e atividades turísticas (OZ)
3- Restaurante – “O Seabra” (RS)	8- Merkante Caffé (MC)
4- Bar – “Lampião” (BL)	9- Restaurante – “Casa Branca” (CB)
5- DiogoSilva Adventure – Atividades de Trekking (DS)	10- Fisioterapeuta – Nuno Rebelo (NR)

Fonte: Elaborado com base nos agentes de oferta turística entrevistados

O objetivo da recolha de dados primários prende-se com a necessidade de caracterizar o produto do projeto e definir o perfil dos clientes. Neste sentido, considerou-se que o mais adequado seria adotar métodos qualitativos para obter os resultados (Huberman & Miles, 1994).

A escolha da técnica de entrevista exploratória fundamenta-se de acordo com os benefícios evidenciados por Clark et al. (1998) quanto à recolha qualitativa e caracterização de Quivy & Campenhoudt (1998) no seu reconhecimento na área de investigação social. Esta técnica procede-se através do estabelecimento do contacto humano em que o entrevistador tem de ser objetivo e claro no propósito ao qual se destina.

Serve também de argumento à utilização de entrevistas exploratórias, o estudo realizado por Eusébio, Kastenholz & Breda (2014) na obtenção das perceções dos stakeholders (visitantes, residentes, agências de setor privado e entidades do setor público) do desenvolvimento do turismo em áreas rurais, relativamente aos contributos do turismo rural para o desenvolvimento sustentável dos territórios.

Neste caso, pretende-se que as entrevistas sejam individuais, gravadas e transcritas para analisar os resultados obtidos. Pressupõe-se que nas entrevistas existam perguntas previamente definidas, mas também, alguma liberdade para questões adicionais no decorrer da mesma, o que atribui um carácter mais informal e espontâneo à entrevista, característico das conversas informais (Pardal & Correia, 1995). Um método também utilizado no caso de estudo de Jesus & Franco (2016) relativamente à cooperação das redes no turismo onde se pretendiam obter dados primários com a elaboração de um guião de entrevista para diminuir os riscos de enviesamento da informação. Assim como Lai, Saunders & Grimstad (2016) utilizou as entrevistas semiestruturadas junto de participantes, seleccionados previamente, para além dos proprietários dos alojamentos para obter informações relativamente à significância do lugar.

Importa referir que as entrevistas são semiestruturadas para garantir a recolha de dados de forma mais objetiva, ao mesmo tempo, deixa que os entrevistados falem abertamente, ao criar uma atmosfera informal em torno dos objetivos e assim uma melhor resposta dos entrevistados. Desta forma, é necessário o desenvolvimento de um guião das entrevistas, o que implica revisão da literatura relativamente aos temas procura e oferta do turismo rural. Para o efeito, foram utilizados alguns documentos, nomeadamente, a análise do estudo da caracterização do turismo em espaço rural e turismo de natureza do Instituto dos Estudos Sociais e Económicos (IESE) no âmbito da oferta e procura e os dados

estatísticos do turismo de 2016 do Instituto Nacional de Estatísticas (INE) onde se apresentam os dados relativos à oferta e procura turística (Apêndice B e C).

Para obtenção de uma melhor taxa de resposta, os entrevistados tiveram um primeiro contacto com o guião de entrevista. As entrevistas basearam-se no interesse dos mesmos pelo projeto e a prática de algum tipo de atividade em turismo rural, pelo que apenas foram entrevistados indivíduos no concelho de Águeda (quer estes tivessem de passagem ou fossem residentes).

No que diz respeito à idade dos inquiridos, estes têm idade superior a 15 anos, uma vez que segundo Cooper et al. (1993), apenas a partir desta idade começa a existir responsabilidade na tomada de decisões de viagens. Contudo, a amostra não é probabilística e a técnica de amostragem utilizada é a amostragem por conveniência, uma vez que não existe uma lista de potenciais clientes para a tipologia do projeto. Pelo que não é possível generalizar os resultados obtidos das entrevistas exploratórias.

Antes de definir o que torna os clientes satisfeitos, primeiro, é necessário identificá-los. Por clientes, entendem-se os potenciais clientes que são não só os que compram o produto, mas também aqueles que o poderiam vir a comprar. Assim, é elaborada uma análise dos clientes através da idade; o género; a origem; atividades e *hobbies*; atitude na escolha da viagem; interesses e opinião relativamente aos aspetos específicos relacionados com o concelho de Águeda. Ao aprofundar esta matéria, salienta-se a frequência de férias; a preferência de época para as férias, entre outras. Neste sentido, também são evidenciadas as expectativas para o futuro e condicionantes à atividade.

A elaboração do guião da entrevista a aplicar aos potenciais clientes, teve como base o estudo de caracterização do Turismo no espaço rural (TER) e do Turismo de natureza (TN) em Portugal do ano 2008 (IESE, 2008) e o documento do Instituto Nacional de Estatística – Estatísticas do Turismo 2016 (Estatísticas do Turismo, 2017). Assim como a abordagem de Kotler (2015) relativamente ao marketing do produto que pode ajudar na definição em termos dos 4 P's (produto, preço, ponto de venda e promoção).

Segundo Kotler (2015), Drucker (1954) defende que o centro de qualquer empresa são os clientes e criar valor é o objetivo do marketing. Drucker faz referência a quatro questões que sempre faz aos gestores: “Qual o principal negócio da empresa?”; “Quem é o seu cliente?”; “O que valoriza o seu cliente?” e “Qual é que deve ser o seu principal negócio?” (Kotler, 2015). Também neste sentido, alguns autores sugerem a necessidade de resposta a 8 questões, por parte dos gestores do produto: “Quem são os clientes para o produto ou serviço?”; “O que os clientes estão a comprar e como usam?”; “Onde os

clientes compram os produtos?"; "Quando é feita a decisão de compra?"; "Como fazem a decisão de compra?"; "O que valorizam no produto?"; "Como encaram o marketing do produto?"; e "O que os leva a fidelizarem-se?" (Winer & Lehmann, 2005). Desta forma, todas as questões referidas anteriormente serviram de base para a elaboração das questões das entrevistas exploratórias aplicadas neste projeto de investigação.

Para o efeito, foram aplicadas 20 entrevistas exploratórias (10 Agentes locais e 10 Potenciais clientes). No entanto, este estudo possui algumas limitações, uma vez que não permite generalizar os resultados.

Durante a primeira e segunda semana de julho, foi aplicado presencialmente o conjunto de entrevistas exploratórias conduzidas pela aluna de Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo a potenciais clientes do projeto (Tabela 2) e agentes locais (Tabela 1).

Tabela 2 – Perfil dos Potenciais Clientes

Perfil dos Potenciais Clientes				
Possível Cliente	Género	Idade	Estado Civil	Nacionalidade
Cliente 1	Masculino	33	Solteiro	Portuguesa
Cliente 2	Feminino	29	Solteira	Portuguesa
Cliente 3	Masculino	31	Solteiro	Portuguesa
Cliente 4	Feminino	20	Solteira	Portuguesa
Cliente 5	Masculino	39	Casado	Portuguesa
Cliente 6	Feminino	26	Solteira	Ucraniana
Cliente 7	Masculino	34	Solteiro	Portuguesa
Cliente 8	Feminino	26	Solteira	Sul Africana
Cliente 9	Feminino	47	Casada	Portuguesa
Cliente 10	Feminino	48	Casada	Portuguesa

Fonte: Elaborado com base na análise de entrevistas exploratórias a potenciais clientes

Para análise dos resultados, todas as entrevistas foram transcritas e os dados analisados, através de tabelas de resultados (Apêndice D e E) com o intuito de elaborar a análise de resultados que permita a definição do produto do projeto.

3.2 Resultados das Entrevistas Exploratórias

Foram realizadas 20 entrevistas exploratórias. As primeiras 10 entrevistas foram feitas aos agentes locais (Tabela 1) e as segundas 10 entrevistas aos potenciais clientes (Tabela 2). As entrevistas têm em média uma duração de aproximadamente 10 a 15 minutos por

entrevistado. A análise de conteúdo das entrevistas foi feita sem utilizar nenhum *software* específico.

Quanto ao perfil dos clientes, existe uma distinção de resultados mediante as entrevistas feitas aos Agentes locais relativamente aos clientes que recebe (Tabela 3) e as entrevistas feitas aos potenciais clientes e seu próprio perfil (Tabela 2). Por esta razão, é enunciado separadamente o perfil dos clientes de cada grupo de entrevistas.

Tabela 3 – Perfil dos Clientes dos Agentes Locais

Perfil dos Clientes dos Agentes Locais				
Agentes Locais	Público Alvo	Origem	Grupo/Individual	Faixa Etária
Varanda do Rio (VR)	Público em Geral	Nacionais/Internacionais	Grupo/Individual	Não especificado
Margens, Animação Turística e Eventos (MA)	Público em Geral	Nacionais/Internacionais	Grupo/Individual	Não especificado
Restaurante “O Seabra” (RS)	A partir dos 30 anos	Nacionais/Internacionais	Grupo/Individual	A partir dos 30 anos
Bar – “O Lampião” (BL)	Público em Geral	Nacionais/Internacionais	Grupo/Individual	A partir dos 16 anos
Diogo Silva Adventure (DS)	Público em Geral	Nacionais	Grupo/Individual	Não especificado
Casa do Povo de Valongo do Vouga (CP)	Residentes	Nacionais/Internacionais	Individual	Não especificado
Ozxtreme (OZ)	Amantes de turismo em espaço rural e de natureza	Nacionais/Internacionais	Grupo/Individual	Entre os 18 e os 45 anos
Merkante Caffé (MC)	Público em Geral	Nacionais/Internacionais	Grupo/Individual	Não especificado
Restaurante – “Casa Branca” (CB)	Público em Geral	Nacionais/Internacionais	Grupo/Individual	Entre os 15 e os 80 anos
Fisioterapia - Nuno Rebelo (NR)	Pessoas com patologia ou necessidade de relaxamento	Nacionais/Internacionais	Grupo/Individual	Entre os 20 e os 90 anos

Fonte: Elaborado com base na análise das entrevistas exploratórias dos agentes locais

Assim, a maioria dos agentes locais indica como clientes o público em geral, exceto a instituição que se direciona na maior parte dos serviços para os “residentes” (CP), a Ozxtreme que refere na entrevista como público alvo “Toda e qualquer pessoa que queira experienciar uma atividade diferente na natureza ligada à prevenção de ocorrências súbitas, nomeadamente, acidentes. E nas atividades *outdoor*, ou seja, neste caso, em meio rural”, e o Fisioterapeuta que define o público alvo como “O público alvo são pessoas com patologia ou pessoas que procuram os serviços de pilates para melhorar a postura, flexibilidade, etc.” (NR). Estes são de origem nacional e internacional, com a exceção do Diogo Silva Adventure que apenas tem como público alvo os clientes nacionais como refere na entrevista: “Nacionais” (DS). Normalmente, os clientes vêm em grupo ou individual salvo na instituição (CP) que “é individual” como é referido na entrevista.

Não existe uma faixa etária definida para os clientes dos agentes locais, alguns indicam uma faixa etária a partir dos 30 anos, como refere, por exemplo, na entrevista do restaurante - O Seabra “Entre os 30 e poucos. Mesmo mais a partir dos 40 até aos 90” (RS) e “O grupo mais predominante situa-se entre os 18 e os 45 anos” (OZ), outros a partir dos 15/16/18 anos até aos 80/90 anos como refere, por exemplo, na entrevista: “Entre os 16 e os 80.” (BL). E os rendimentos dos clientes normalmente são médios e altos como refere, por exemplo na entrevista: “São altos e médios” (RS).

Relativamente aos resultados obtidos nas entrevistas que foram realizadas a potenciais clientes (quatro indivíduos do género masculino e seis do género feminino) do projeto que se está a desenvolver nesta investigação, as idades variam entre os 20 e os 50 anos. A nacionalidade dos potenciais clientes entrevistados é portuguesa, na sua maioria, exceto dois potenciais clientes entrevistados que são de origem sul-africana e ucraniana. Os potenciais clientes na maioria são solteiros, exceto três que são casados.

Relativamente às considerações finais, as entrevistas analisadas foram semiestruturadas, o que permitiu colocar questões ao longo da conversação que não estavam previstas no guião e assim elucidar algumas respostas.

Ao se analisarem as entrevistas, surgiram algumas dificuldades na interpretação das questões por parte do entrevistado, sendo que o nervosismo do entrevistador e clareza das perguntas também é evidente nas gravações. No entanto, a informação recolhida correspondeu aos objetivos propostos, pelo que foi possível a utilização de dados para a caracterização do perfil dos clientes e fundamentação na tomada de decisão relativamente à definição do produto (Apêndice D e E).

Neste sentido, verifica-se através da opinião dos entrevistados que o turismo em Águeda está em crescimento. Atualmente, com o festival Agitágueda, Águeda ganha alguma relevância enquanto destino turístico, o que tem contribuído para o número crescente de visitantes de ano para ano. Já existem, alguns agentes locais e infraestruturas voltadas para o turismo, como é o caso dos Agentes locais entrevistados. Contudo, os próprios agentes locais entrevistados evidenciam a necessidade de criar infraestruturas de apoio, alojamento com planeamento adequado e atividades para que não se verifique uma sobrecarga na época alta. Os clientes destes agentes locais são essencialmente nacionais ao longo do ano, havendo a presença de internacionais em época de férias. No entanto, o tempo de permanência é ainda reduzido, exceto alguns casos. Deste modo, existe a possibilidade de prolongar a permanência deste tipo de clientes através de atividades, pontos de interesse, entre outros. Os agentes locais

demonstram especial interesse em trabalhar em rede (parcerias) com o intuito de melhorar a captação de clientes e estender o turismo durante o ano inteiro numa estratégia de combate à sazonalidade. A divulgação de atividades e pontos de interesse em Águeda ainda fica aquém da divulgação que é feita com o Agitágueda, o que deixa em aberto a oportunidade de abranger outros tipos de turismo no concelho (Apêndice E).

De acordo com os potenciais clientes entrevistados, a faixa etária corresponde a indivíduos adultos e independentes, com algum poder de compra. Quanto ao seu comportamento, habitualmente, fazem férias e praticam alguma atividade física. As atividades de maior relevância são atividades de natureza e desporto, tendo prazer nas caminhadas e em fazer campismo.

Relativamente ao concelho de Águeda, partilham de uma opinião semelhante aos agentes locais considerando que Águeda tem alguns alojamentos turísticos atrativos, embora insuficientes. A mesma opinião mantém-se relativamente aos serviços, atividades, equipamentos e infraestruturas. Por fim, consideram essenciais os meios de transporte, a oferta de atividades e a prática de um serviço de qualidade.

Para os potenciais clientes as questões ecológicas são tidas como relevantes na sua vida, sendo para alguns uma prática diária. Por fim, os objetivos futuros dos entrevistados prendem-se com a procura de novas experiências e exploração de novos locais (Apêndice D).

Capítulo IV – Análise de Diagnóstico

4.1 Caracterização do Território

Os Moinhos do Ribeiro localizam-se no concelho de Águeda (Região Centro de Portugal), na sub-região correspondente à NUT III do Baixo Vouga. Relativamente ao concelho de Águeda, este ocupa uma área de 335,27 km², sendo o maior município, não só da sub-região do Baixo-Vouga, como também do distrito de Aveiro (INE, 2016).

De acordo com a demografia de Águeda, esta apresenta uma densidade populacional de 139,7 habitantes por Km², com uma taxa bruta de natalidade de 7,0% e de mortalidade 10,2% (INE, 2016). Após o ano de 2013, o concelho de Águeda passou a integrar 11 freguesias (Aguada de Cima; Águeda e Borralha; Barrô e Aguada de Baixo; Belazaima do Chão, Castanheira do Vouga e Agadão; Fermentelos; Macinhata do Vouga; Préstimo e Macieira de Alcoba; Recardães e Espinhel; Travassô e Óis da Ribeira; Trofa, Segadães e Lamas do Vouga; e Valongo do Vouga), das quais três são vilas, nomeadamente, Valongo do Vouga; Mourisca do Vouga e Aguada de Cima (Câmara Municipal de Águeda, 2017).

No âmbito da economia do território, verifica-se que a indústria é o grande motor da atividade económica deste concelho, tendo como setores de referência os das ferragens, bicicletas, material de escritório, iluminação e produtos elétricos. Por outro lado, a construção e o comércio também são um contributo para a empregabilidade, ao mesmo tempo que a silvicultura e a agropecuária se demonstram mais relevantes no interior do concelho (Câmara Municipal de Águeda, 2017).

Em termos específicos, os Moinhos do Ribeiro situam-se na vila de Valongo do Vouga que dista cerca de 7 Km do centro de Águeda e estende-se por uma área de 43,7 km², sendo a maior freguesia em termos de área e a segunda mais populosa do concelho.

Ao aprofundar-se a caracterização territorial, a vila de Valongo do Vouga define-se como uma zona de planalto que se alarga pelas encostas da serra das Talhadas e faz fronteira com Macinhata do Vouga, a Norte; Águeda, a Sul; Préstimo, a Sudeste; Lamas do Vouga e Trofa do Vouga, a Oeste (Portal Nacional dos Municípios e Freguesias, 2017).

Numa análise perante a dimensão do concelho de Águeda, importa referir também que o turismo em Águeda corresponde a uma atividade ainda pouco explorada, tendo em

conta os recursos endógenos existentes, como é referido no Plano Pormenor da Câmara Municipal de Águeda no que diz respeito ao setor do Turismo (Câmara Municipal de Águeda, 2009c).

Curiosamente, na periferia do concelho de Águeda, encontram-se as zonas termais de S. Pedro do Sul, Curia e Luso; as praias de Mira, Vagueira, Costa Nova e Barra, S. Jacinto e Torreira; e as serras do Caramulo, Freita, Gralheira e Bussaco, considerados pontos de interesse para os turistas.

Neste sentido, verifica-se que existe pouco alojamento, o que se vai repercutir em pouca procura turística, uma vez que não existe uma quantidade suficiente de infraestruturas, equipamentos e atividades que atraiam turistas ao longo do ano. Por consequência, verifica-se que mesmo os alojamentos existentes, não conseguem reter os turistas por muito tempo, dado que as suas estadas se traduzem numa média de 1,62 dias (Câmara Municipal de Águeda, 2009c). Verifica-se também que existe falta de planeamento estratégico e empreendedor que defina o modo de promoção e dinamização do concelho a nível turístico, que fomente também o desenvolvimento local, para além do orçamento participativo.

Por esta razão, para o planeamento da oferta turística do concelho de Águeda é essencial identificar as componentes da oferta turística da zona. Os elementos básicos a ter em conta, são então, as acessibilidades, o clima, os recursos naturais, o património cultural, os recursos criados pelo homem (parques temáticos, por exemplo), redes de abastecimento e superestruturas (equipamentos que colmatam as necessidades da procura turística como o alojamento, restauração, entretenimento e estabelecimentos comerciais) (Câmara Municipal de Águeda, 2009c).

4.1.1 Acessibilidades

Em termos de deslocações, o concelho de Águeda tem transportes públicos rodoviários e ferroviários e dispõe de acessos variados a partir de diferentes pontos do país.

No que diz respeito às linhas ferroviárias, o concelho de Águeda é atravessado pela Linha do Vouga, explorada pela CP (Comboios de Portugal) que faz ligação entre a cidade de Aveiro e a localidade de Sernada do Vouga (Freguesia de Macinhata do Vouga) com 18 paragens em estações e apeadeiros, das quais 11 pertencem ao concelho de Águeda. Assim, a partir da estação de Aveiro consegue-se a ligação às cidades do

Porto e Lisboa, bem como o acesso a um conjunto de cidades e municípios associados a esta linha ou a outras linhas que se cruzam com a mesma, facilitando o acesso a diferentes pontos do país e até para o exterior (Espanha e França) (Câmara Municipal de Águeda, 2009).

Quanto ao transporte público rodoviário, o concelho de Águeda é atravessado por uma única ligação da Transdev (empresa de transportes públicos coletivos) que liga Coimbra a Albergaria-a-Velha, disponível em dias úteis. Esta carreira considera três paragens no município de Águeda: Aguada de Baixo, Águeda e Mourisca do Vouga (Câmara Municipal de Águeda, 2009b).

Por fim, o concelho de Águeda é ainda atravessado a litoral pela autoestrada que liga o Porto a Lisboa (A1) com os nós de ligação em Albergaria-a-Velha e em Oiã que ligam, respetivamente, à A25 (integrante da IP5) e à EN333. Ainda no mesmo sentido encontra-se a via com maior fluxo de tráfego do concelho: a EN1/IC2. A ligar ao interior do país existem três vias rodoviárias distintas: a EN230, que liga Aveiro ao Caramulo; a EN333, que liga Oiã ao nó de ligação à A25, em Talhadas; e a EN336 que liga a EN230 a Mortágua. O concelho de Águeda é ainda atravessado a Norte pela A25, que liga Aveiro a Vilar Formoso (Câmara Municipal de Águeda, 2009b).

Dadas as acessibilidades que constituem o concelho de Águeda, considera-se que este se encontra relativamente próximo do Aeroporto Francisco Sá Carneiro, no Porto (88,5 km de distância) e tem boas vias de acesso ao Aeroporto da Portela, em Lisboa (A1) (Câmara Municipal de Águeda, 2009b).

4.1.2 Clima

O clima do concelho de Águeda é tipo marítimo, influenciado pelo Atlântico. Os verões são temperados com temperaturas médias máximas de cerca de 28°C (agosto, mês mais quente). Os invernos são frescos com temperaturas médias mínimas de cerca de 4°C (janeiro, mês mais frio). Devido à proximidade com o litoral, o concelho é fortemente influenciado pelo oceano Atlântico de onde vêm ventos carregados de humidade atmosférica conferindo-lhe uma elevada humidade relativa e temperatura anual amena (Câmara Municipal de Águeda, 2009a).

O regime pluviométrico da bacia hidrográfica do Vouga, na qual o concelho se insere, é caracterizado por um semestre chuvoso (estação fria) e um semestre seco (estação quente), típico de um clima mediterrânico. Cerca de 75% da precipitação

concentra-se no semestre mais húmido (outubro a março) (Câmara Municipal de Águeda, 2009a).

Este clima temperado confere uma paisagem de Águeda que é marcada pela mancha florestal e relevo resultante da intervenção humana que conferiu aos terrenos um desenvolvimento em sucacos, alguma alteração no tipo de vegetação, propriedades agrícolas de subsistência e aldeias ladeadas. Os solos são constituídos por granito, xisto, arenitos e argila utilizados como matéria-prima na maior parte das habitações (Câmara Municipal de Águeda, 2009a).

4.1.3 Património Natural

No que diz respeito à biodiversidade existente, esta é bastante rica e, por isso, o seu património natural é também extenso. Destaca-se o rio Vouga; a Pateira de Fermentelos (zona húmida de elevada riqueza ecológica, classificada como RAMSAR); Alfusqueiro e Cértima e os rios Marnel e Agadão; os parques fluviais de Bolfiar, Redonda, Talhada, Sernada, Macieira de Alcôba, Chãs, Fonte Boa, Guístola, Souto Rio e Alfusqueiro que servem de alternativa à sobrelotação das praias do litoral (Câmara Municipal de Águeda, 2009a).

Ao longo da bacia hidrográfica do Baixo Vouga resultam, assim, diversos locais e atividades de lazer, tais como os parques do Souto Rio, Senhora do Amparo, Espinhel, Pateira de Fermentelos, Abadinhos ou o Parque Alta Vila e os parques infantis de Botaréu/Largo 1º de Maio, Cais das Laranjeiras, Centro de Saúde e Alagoa. Em todos estes locais é possível fazer caminhos e percursos pedestres, desfrutar do meio natural e também da observação da fauna e flora (Câmara Municipal de Águeda, 2009a). Conclui-se que Águeda apresenta uma elevada riqueza faunística e florística condicionada por fatores abióticos como o clima, recursos hídricos, tipo e relevo dos solos e por fatores artificiais resultantes da intervenção humana. Devido ao seu importante valor ecológico, alguns ecossistemas desta região pertencem à Rede Natura 2000, estando protegidos pelas Diretivas Europeias Aves e Habitats.

Contudo, devido a ações humanas, o coberto florestal de Águeda encontra-se profundamente alterado e existe uma presença acentuada de eucaliptais (predominantemente *Eucalyptus globulus*), pinhais (essencialmente de pinheiro bravo (*Pinus pinaster*)), matos e começam também a ser plantados alguns soutos (*Castanea sativa*). Esporadicamente encontram-se medronheiros (*Arbutus unedo*), carvalhais

(*Quercíneas*) e pequenos montados (*Quercus suber*) (Câmara Municipal de Águeda, 2009a).

4.1.4 Património Edificado

Da intervenção humana, também resultam alguns pontos de interesse turístico, podemos enunciar o património edificado de cariz religioso e destacam-se a Igreja Matriz de Belazaima do Chão; a Igreja Matriz de Agadão; Igreja da Trofa – Túmulos dos Lemos – Panteão dos Lemos; a Igreja Paroquial de Valongo do Vouga e, finalmente, as Capelas e Cruzeiros (Câmara Municipal de Águeda, 2009d). Existem também alguns museus na zona: Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro; Museu Etnográfico da Região do Vouga; Museu Ferroviário do Vale do Vouga, Instituição João Tomás Nunes e Quinta da Aguieira (Câmara Municipal de Águeda, 2009d). Neste sentido, também está presente o património arqueológico classificado, nomeadamente, a Estação Arqueológica do Cabeço do Vouga/ Sítio da Mina que remonta a populações da Idade do Bronze e Idade do Ferro, tendo sido novamente modificada com a chegada dos romanos. Neste local, são observáveis muitos artefactos das diferentes épocas e também as ruínas romanas (Câmara Municipal de Águeda, 2009d).

Também o centro histórico da cidade de Águeda é caracterizado pelo seu património edificado antigo, ruas estreitas, sistema comercial diversificado e com vários pontos de interesse tais como o barril, a casa do adro, a casa setentista, o Cancioneiro, o casario da Venda Nova, a casa Cultura D'Orfeu e a Biblioteca Manuel Alegre (Câmara Municipal de Águeda, 2009d).

4.1.5 Gastronomia e vinhos

A gastronomia é também importante atrativo da região. Os pratos tradicionais incluem o Leitão à Bairrada, Cabidela de Leitão, a Chafana, Vitela e Cabrito assado em forno a lenha e a Carne Lampantana e são pratos geralmente acompanhados com broa de milho ou trigamilha e vinho tinto da Bairrada. Outras especialidades tradicionais incluem o bacalhau à moda de Águeda, bacalhau à Tróia, o bacalhau à Jacinto e o peixe do rio com molho de escabeche que normalmente é regado com vinho branco da região (Câmara Municipal de Águeda, 2009c).

Relativamente a vinhos, espumantes e bagaceiras, a região é também bastante importante, uma vez que se insere na região da Bairrada com as suas características, vinhas em colinas suaves e solheiras. Em termos de doçaria, é de destacar o pastel de Águeda, os fuzis, os sequilhos, as cavacas, o bolo de páscoa e as barrigas de freira (Câmara Municipal de Águeda, 2009c).

4.1.6 Eventos, Atividades e Festividades

No que toca a festividades, no concelho de Águeda existem diversas festas religiosas, das quais se destaca a Romaria da Urgueira situada numa zona de grande valor natural; a procissão dos Passos que se efetua durante três dias, no centro de Águeda; as Almas Santas da Areosa na região da Bairrada que se caracteriza por ser uma festa popular e com tradições bastante vinculadas; os Santos Mártires de Travassô, celebrada sempre nos dias 15 e 16 de janeiro; a Senhora da Saúde em Fermentelos com grande destaque pelo seu já conhecido espetáculo de fogo preso; e, por fim, o São Geraldo de Bolfiar, romaria tradicional que consiste em levar oferendas específicas ao santo padroeiro pelos novos devotos para sua proteção. Tal como acontece por todo o país, no concelho de Águeda é ainda característico de cada lugar haver uma festa ou romaria em memória ao respetivo Santo Padroeiro (Câmara Municipal de Águeda, 2009d).

Os festivais de verão são organizados pelo município de Águeda em diversas parcerias e realiza-se todos os anos durante o mês de julho- o Agitágeda, onde se desenrolam atividades de rua, concertos e animação com entrada gratuita.

No mês de setembro o município de Águeda dá lugar à Festa do Leitão, onde ocorrem exposições e concertos.

No mês de dezembro, a cidade recebe inúmeros turistas devido às atrações natalícias, que conta com a iluminação da cidade, O Maior Pai Natal do Mundo, árvores com LED, pista de gelo e concertos de natal.

Algumas atividades também são organizadas durante o ano, como as atividades desportivas como, por exemplo, atletismo, andebol, canoagem, futebol, ténis, desportos motorizados, BTT, aeromodelismo, paraquedismo, entre outros. Existem ainda empresas especializadas em atividades radicais que disponibilizam, entre outros, caiaque em águas bravas, downhill ou parapente (Câmara Municipal de Águeda, 2017).

Atualmente, a Câmara Municipal de Águeda inaugurou o Centro de Artes e Espetáculos onde se realizam eventos todos os fins de semana.

4.2 Enquadramento Legal

Com o objetivo de identificar os requisitos legais, analisaram-se, de acordo com os alojamentos turísticos, quais os decretos-lei do turismo rural.

Para definir a tipologia dos empreendimentos turísticos do projeto, procedeu-se à análise da legislação relativa aos empreendimentos turísticos. O documento em análise trata-se do Decreto-Lei n.º 39/2008 de 7 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 15/2014, de 23 de janeiro.

Também foram tidos em conta os requisitos da respetiva Portaria 937/2008, de 20 de agosto, relativa ao Turismo de Habitação e Turismo em Espaço Rural e os requisitos e instrumentos de gestão territorial que constam no Plano Diretor Municipal de Águeda.

Nos termos do disposto no Decreto-lei n.º 15/2014 de 23 de janeiro, conforme as características das habitações, definem-se diferentes tipologias de empreendimentos turísticos. Os empreendimentos turísticos do turismo no espaço rural são uma das tipologias previstas para os empreendimentos turísticos.

Os empreendimentos turísticos são estabelecimentos destinados a prestar serviços de alojamento, mediante remuneração, dispondo, para o seu funcionamento, de um adequado conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares (cf. artigo 2.º, nº 1, do Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei nº 15/2014, de 23 de janeiro).

Atualmente, fazem parte dos empreendimentos turísticos, os estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos turísticos, apartamentos turísticos, conjuntos turísticos (resorts), empreendimentos de turismo de habitação, empreendimentos de turismo no espaço rural e parques de campismo e caravanismo.

Contudo, a tipologia de turismo de natureza foi eliminada enquanto modalidade de empreendimento turístico, de acordo com os critérios definidos na Portaria n.º 261/2009, de 12 de março, alterada pela Portaria n.º 47/2012 (Artigo 20º do Decreto-lei n.º 39/2008, de 7 de março, na redação dada pelo Decreto-lei n.º 15/2014, de 23 de janeiro).

Contudo, pode ser reconhecida pelo Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF), I.P. quando os “empreendimentos turísticos se destinem a prestar o serviço de alojamento em áreas integradas no Sistema Nacional de Áreas Classificadas ou em outras áreas com valores naturais e que disponham de um adequado conjunto de infraestruturas, equipamentos e serviços complementares que permitam contemplar e desfrutar do património natural, paisagístico e cultural, tendo em vista um produto

turístico integrado e diversificado” de acordo com o Decreto-lei n.º 186/2015 de 3 de setembro que procede à quarta alteração ao Decreto-lei n.º 39/2008.

As tipologias das casas do projeto que se desenvolve nesta investigação inserem-se na tipologia de empreendimento de turismo no espaço rural, estes são estabelecimentos que se destinam a prestar, em espaços rurais, serviços de alojamento a turistas, preservando, recuperando e valorizando o património arquitetónico, histórico, natural e paisagístico dos respetivos locais e regiões onde se situam, através da reconstrução ou ampliação de construções existentes, de modo a ser assegurada a sua integração na envolvente. De acordo com os termos do disposto no n.º3 do artigo 18.º do mesmo diploma, estes podem ser classificados como casas de campo, agroturismo e hotéis rurais.

Mediante esta classificação, a que melhor se adequa à tipologia das casas do projeto, são as casas de campo. As casas de campo são imóveis situados em aldeias e espaços rurais que se integram, pela sua traça, materiais de construção e demais características, na arquitetura típica local. Ainda neste sentido, o artigo nº5 do decreto-lei n.º 39/2008, de 7 de março relativo às casas de campo, determina que quando cinco casas de campo se situam em aldeias e são exploradas de modo integrado por uma única entidade, são consideradas turismo de aldeia. No entanto, esta designação não poderá ser adotada neste projeto, na medida em que apenas serão utilizadas três casas de campo para alojamento.

O Decreto-lei n.º 54/2002, de 11 de março pretende definir os requisitos mínimos das instalações e dos funcionamentos comuns a todos os empreendimentos de turismo no espaço rural e os requisitos específicos de cada uma das modalidades de hospedagem. Relativamente aos requisitos específicos, importa para o desenvolvimento do projeto a Secção V que corresponde às casas de campo.

A instalação dos empreendimentos de turismo em espaço rural é licenciada na totalidade junto da Câmara Municipal de Águeda, sem necessidade de consulta ao Turismo de Portugal, I.P. segundo os artigos 23º e seguintes do Decreto-lei n.º 39/2008, de 7 de março. A classificação destes empreendimentos também diz respeito à Câmara Municipal de Águeda (cf. artigo 36.º do Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei nº 15/2014, de 23 de janeiro). Mediante o artigo 4º, nº4 do decreto-lei n.º 186/2015, 3 de setembro, as edificações estão sujeitas a comunicação prévia quando se pretende a reconstrução sem aumento da fachada ou número de pisos.

Ainda assim, encarado como obra de escassa relevância urbanística, existe a isenção de controlo prévio de acordo com o artigo 6.º quando se tratam de obras de conservação e de alterações de interior de edifícios. Também, existe a isenção de controlo segundo o

artigo 60.º do regime jurídico da urbanização e da edificação: a licença de obras de reconstrução ou de alteração das edificações não pode ser recusada com fundamento em normas legais ou regulamentares supervenientes à construção originária, desde que tais obras não originem ou agravem desconformidades com as normas em vigor ou tenham como resultado a melhoria das condições de segurança e de salubridade da edificação (fiscalização sucessiva de obras sujeitas a comunicação prévia). Contudo, a lei pode impor condições específicas para o exercício de certas atividades que se mostrem necessários para melhoria das condições de segurança e salubridade da edificação.

De acordo com o Decreto-lei n.º 39/2008, de 7 de março, que estabelece o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos, destacam-se os critérios obrigatórios de boas práticas ambientais a ter em conta no desenvolvimento do empreendimento.

Ao contrário do turismo de habitação, não é obrigatória a residência no empreendimento turístico pelo proprietário (artigos 2.º e 3.º da Portaria 937/2008, de 20 de agosto).

Atendendo a que esta propriedade se enquadra de acordo com o Plano Diretor Municipal de Águeda publicado no Diário da República, 2ª série – N.º 44 - 1 de março de 2012, enquanto área florestal, também se regulam alguns requisitos, nomeadamente, os parâmetros de edificabilidade estabelecidos para as construções existentes numa área florestal onde se enquadram as casas que integram a garantia das condições de habitabilidade ou utilização e salubridade das edificações e garantia de melhorias das condições ambientais através da redução dos impactos gerados pela atividade circundante, ou seja, um eucaliptal.

Assim como, o artigo 41.º do Plano Diretor Municipal de Águeda faz referência ao uso e condições de ocupação que viabiliza a instalação do empreendimento turístico desde que contribua para a valorização económica e ambiental do espaço rural. É importante destacar que as edificações têm algumas orientações específicas, nomeadamente a necessidade de ter infraestruturas básicas (artigo 27.º); as obras em acabamentos e revestimentos são definidas (artigo 29.º); e as edificações têm de adotar medidas de resistência ao fogo e contenção de possíveis fontes de ignição (artigo 30.º) de acordo com Plano Diretor Municipal de Águeda.

Caso haja interesse na venda de alimentos produzidos no empreendimento, a lei prevê a possibilidade de prestação deste serviço nos empreendimentos de turismo em espaço rural, ao abrigo da legislação nacional que derroga os regulamentos comunitários

relativos à higiene dos géneros alimentícios (artigo 15º, n.º 3, da Portaria 937/2008, de 20 de agosto).

O serviço de refeições nos empreendimentos de turismo no espaço rural é regulado pelo artigo 18º, da Portaria n.º 937/2008, de 20 de agosto. Uma vez que se tratam de casas de campo, não existe obrigação de disponibilizar jantares e almoços (n.º 2 deste preceito legal). No entanto, caso existam, devem corresponder à tradição da cozinha portuguesa e utilizar, na medida do possível, produtos da região ou da exploração agrícola do empreendimento.

4.3 Oferta e Procura de Turismo no espaço rural

Nesta secção, irão ser apresentados alguns dados estatísticos com o objetivo de caracterizar a oferta e a procura de turismo no espaço rural no concelho de Águeda. Devido à ausência de informação sobre alguns indicadores e também pelo facto de se pretender perceber as dinâmicas associadas à procura e à oferta de turismo no espaço rural na Região Centro, sempre que possível, são apresentados dados sobre a Região Centro e depois dados específicos sobre o concelho de Águeda.

4.3.1 Oferta

Os dados recolhidos para a caracterização da oferta resultam da informação constante nos anuários estatísticos do Instituto Nacional de Estatísticas (INE) que dizem respeito à Região Centro utilizando-se como indicadores: o número de estabelecimentos, capacidade de alojamento e taxa de ocupação.

O número de estabelecimentos e a capacidade dos alojamentos apresentam-se na tabela seguinte e reúnem os dados estatísticos relativamente aos anos de 2015, 2014 e 2013 da Região Centro, o que permite retirar algumas conclusões.

Tabela 4 – Oferta da Região Centro

Ano	Total	Turismo no espaço rural				Turismo de Habitação	Capacidade do Alojamento	Taxa de Ocupação- cama (Líquida)			
		Agroturismo	Casas de Campo	Hotel Rural	Outros			Total	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço rural e Turismo de habitação
2013	145	14	62	12	15	42	2 310	24,84	27,16	17,60	16,24
2014	165	17	70	11	18	49	2 527	27,7	30,4	19,5	18,3
2015	300	30	173	15	19	63	4 916	28,9	32,4	21,1	17,2

Fonte: Elaborado com base nos anuários estatísticos do INE (2016, 2015, 2014)

De acordo com a tabela 4, verifica-se que o número de estabelecimentos na Região Centro apresenta um crescimento ao longo dos anos, assim como a capacidade de alojamento. De acordo com a classificação de Turismo no espaço rural, as Casas de campo apresentam um crescimento mais acentuado relativamente às outras modalidades dentro da mesma classificação. Pode também concluir-se que existe um maior aparecimento de estabelecimentos em Turismo no espaço rural do que em Turismo de habitação.

No caso do concelho de Águeda, o número de estabelecimentos e a capacidade de alojamento apresentam-se igualmente através dos anuários estatísticos relativos aos anos de 2015, 2014 e 2013.

Tabela 5 – Oferta do Concelho de Águeda

Ano	Número de Estabelecimentos				Capacidade do alojamento Total (nº de camas)	Taxa de ocupação- Cama Total (Líquida)
	Total	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço Rural e Turismo de Habitação		
2013	6	2	4	0	316	17,46
2014	6	4	2	0	304	18,4
2015	6	4	1	1	310	20,6

Fonte: Elaborado com base nos anuários estatísticos da Região Centro do INE (2016, 2015, 2014)

De acordo com a tabela 5, verifica-se que o número de estabelecimentos é reduzido, com um total de seis estabelecimentos e apenas se regista um estabelecimento de Turismo no espaço rural / Turismo de habitação. Contudo, tanto os agentes locais como os potenciais clientes entrevistados consideram insuficientes os alojamentos turísticos atrativos como referem nas entrevistas: “Acho que não. Pelo menos não se vê muitos e o que se pode ter também não é rural.” (PC8) e “Sinceramente, Não! Acho que Águeda tem muito para oferecer e neste momento, não dispõe de alojamentos turísticos suficientes para os clientes que temos.” (VR).

Ao contrário da tendência de crescimento da Região Centro, no concelho de Águeda a capacidade de alojamento tem diminuído em relação ao ano de 2013 e o número de estabelecimentos mantém-se inalterado. Por fim, é observável que os hotéis representam o maior número de estabelecimentos em relação às outras modalidades de alojamento.

A taxa de ocupação-cama do concelho de Águeda representativa de todas as modalidades de alojamento no ano de 2015 é de 20,6%. Neste sentido, verifica-se um crescimento da taxa de ocupação ao longo dos anos.

4.3.2 Procura

Os dados recolhidos para a caracterização da procura resultam da informação constante nos anuários estatísticos do Instituto Nacional de Estatísticas (INE) dos anos de 2016, 2015 e 2014, que dizem respeito à Região Centro utilizando-se como indicadores: número de hóspedes, dormidas e duração da estada nos anos de 2015, 2014 e 2013. A comparação anual dos dados estatísticos permite retirar algumas conclusões.

Tabela 6 – Procura da Região Centro

Ano	Número de hóspedes				Número de Dormidas				Duração média da Estada (número de noites)			
	Total	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço rural e Turismo de habitação	Total	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço rural e Turismo de habitação	Total	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço rural e Turismo de habitação
2013	2 241 208	1 843 634	335 970	61 604	4 022 416	3 359 991	542 382	121 043	1,79	1,82	1,61	1,96
2014	2 498 106	2 067 502	355 076	75 528	4 486 949	3 747 959	593 474	145 516	1,8	1,8	1,7	1,9
2015	2 879 206	2 331 654	414 495	133 257	5 058 446	4 086 584	704 541	267 321	1,8	1,8	1,7	2,0

Fonte: Elaborado com base nos anuários estatísticos da Região Centro do INE (2016, 2015, 2014)

Na tabela 6, verifica-se que o número de hóspedes tem vindo a aumentar de uma maneira geral. Regista-se um maior número de hóspedes nos hotéis, apesar de ocorrer um crescimento mais acentuado de hóspedes no ano 2015 em relação aos anos anteriores, no Turismo no espaço rural / Turismo de habitação.

Quanto ao número de dormidas, é observável o aumento do número de dormidas de ano para ano em todas as modalidades de alojamento, sendo que as dormidas em maior número ocorrem nos hotéis.

A duração média da estada é de 1,8 no total para todas as modalidades de hospedagem. Contudo, verifica-se que a maior duração ocorre no Turismo no espaço rural / Turismo de habitação com uma média de duas noites no ano 2015.

De seguida, apresentam-se os dados estatísticos relativamente ao concelho de Águeda de acordo com os indicadores enunciados anteriormente.

Tabela 7 – Procura do concelho de Águeda

Ano	Número de hóspedes				Número de Dormidas				Duração da Estada (média)			
	Total	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço rural e Turismo de habitação	Total	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço rural e Turismo de habitação	Total	Hotelaria	Alojamento Local	Turismo no espaço rural e Turismo de habitação
2013	11 635	0	18 904	0	1,62	0
2014	12 722	0	20 186	0	1,6	0
2015	14 981	23 702	1,6

*(...) - Dados não disponíveis

Fonte: Elaborado com base em INE (2016, 2015, 2014)

De acordo com a tabela 7, verifica-se o aumento do número de hóspedes e dormidas no concelho de Águeda de ano para ano de todas as tipologias. A duração média da estada de todas as modalidades de alojamento mantem-se desde 2013 em 1,6 noites.

4.3.3 Perfil dos Turistas

Apesar de antigo, o estudo da caracterização do Turismo no espaço rural (TER) e Turismo de natureza (TN) em Portugal, permite retirar algumas conclusões relativamente ao perfil dos turistas (IESE, 2008).

Segundo o estudo, os turistas, normalmente, são residentes, encontram-se numa faixa etária entre os 25 e os 44 anos, com estabilidade financeira e habilitações superiores (IESE, 2008). Por outro lado, os agentes de oferta turística entrevistados, referem que os clientes pertencem a uma faixa etária mais envelhecida e com poder de compra. Tendo como exemplo o excerto do restaurante Seabra: “Entre os 30 e poucos. Mesmo mais a partir dos 40 até aos 90.” (RS) No entanto, o perfil dos potenciais clientes entrevistados remete para uma faixa etária a partir dos 20 anos (Tabela 2).

Relativamente à organização da viagem, este estudo refere que a envolvência territorial (descoberta da região e localização da unidade TER/TN) e o carácter rural do sítio (contacto com a natureza e tipologia do edifício) são os principais motivos de viagem e escolha do alojamento (IESE, 2008). Conforme os resultados obtidos na análise aos potenciais clientes, como, por exemplo, os excertos: “os critérios que eu utilizo são o apelo da envolvência, da paisagem, do local, preços e também a oportunidade e curiosidade” (PC3); “Gosto de conhecer novos povos, novas culturas, ver coisas diferentes” (PC10) e “Conhecer um local diferente, descansar e acima de tudo, namorar” (PC2).

Neste sentido, os turistas TER e TN organizam a própria viagem através da internet; fazem a escolha de estabelecimentos com recurso aos meios de comunicação (redes sociais, websites, booking, entre outros); e através do aconselhamento de outros, conjunto que apresenta cerca de 75% das formas escolhidas (IESE, 2008).

Em conformidade com as estatísticas do Turismo em Portugal para o ano 2016, o recurso a marcação direta, sem intermediações tem uma expressão de 23,1% e as agências de viagem e operadores de serviços apenas 5,9% (INE, 2017). Contudo, verificou-se que

em 71% dos casos não existiu marcação prévia de transporte, alojamento ou alimentação (INE, 2017).

No que diz respeito a deslocações, em Portugal, o “automóvel próprio” foi utilizado em 88,5% em 2016 (INE, 2017). Neste ponto de vista, também o estudo de caracterização TER/TN em Portugal e os potenciais clientes entrevistados apontam o veículo próprio como o meio de transporte mais utilizado para viajar.

Por fim, o estudo do TER e TN (2008) evidencia que a sazonalidade ocorre nos meses de verão e épocas festivas. Dados semelhantes foram recolhidos nas entrevistas exploratórias aos agentes de oferta turística e potenciais clientes relativamente ao concelho de Águeda, como se pode verificar no excerto da entrevista realizada ao restaurante Varanda do Rio: “Nós temos aqui a época alta que é em junho, julho e agosto.” (VR) e a um potencial cliente com o excerto: “junho, julho, agosto.” (PC7).

Em termos estatísticos, os dados do Turismo em Portugal para o ano 2016 apresentam uma evolução com a realização 18,2 milhões de viagens em território nacional (INE, 2017).

Ainda assim, os potenciais clientes indicam as razões económicas como principal entrave à realização de atividades, como viajar, entre outras. Exemplo disso são os excertos: “Talvez a falta de tempo e por vezes custos elevados de certas épocas tendo em conta alojamento, alimentação e o transporte.” (PC1) e “É realmente a época em que as férias calham ou não. Tirando o facto de às vezes poder aproveitar um fim de semana alargado ou não. Só posso fazer viagens quando estou de férias, porque trabalho numa fábrica” (PC3) e também “Essencialmente, monetária” (PC9).

No que se refere a atividades realizadas no meio rural, os entrevistados apontam as atividades de lazer como caminhadas, campismo, exploração da natureza, piqueniques, atividades tradicionais, entre outras (Tabela 8). As atividades mais procuradas são: a caminhada, atividades de natureza e desporto.

Tabela 8 – Atividades e Hobbies dos Potenciais Clientes

Atividades dos Potenciais Clientes	
Ginásio	Natação
Pintura	Corrida
Caminhadas	Fotografia
Crossfit	Cozinhar
Leitura	Desenhar
Desportos ao ar livre	Música
Ciclismo	Zumba
Mergulho	Aérobica

Fonte: Elaborado com base na análise das entrevistas exploratórias dos potenciais clientes

No entanto, as atividades desenvolvidas no concelho de Águeda são consideradas insuficientes pelos entrevistados, dado que acontecem praticamente na época alta. Como é referido pelo potencial cliente no excerto: “Iniciativa, estabelecimentos de turismo rural que pudessem dinamizar a cidade o ano inteiro e não apenas em três períodos” (PC2). É também referido nas várias entrevistas a falta de aposta no turismo rural, quer em estabelecimentos, quer em atividades. Como é referido, por exemplo, pelo potencial cliente no excerto: “Acho que não. Pelo menos, não se vê muitos e o que se pode ter também não é rural” (PC8). A necessidade de melhoria de infraestruturas, equipamentos e serviços existentes também é evidente como é referido pelo potencial cliente, no excerto: “Depende do que se pretende. Se quiseses qualquer coisa relacionada com a natureza... acho que não, em Águeda ainda não temos neste momento.” (PC1) e de acordo com o Bar Lampião no excerto: “Eu acho que não, tem de melhorar um bocado. Já melhorou muito, mas neste momento acho que ainda tem de melhorar.” (BL).

4.4 Concorrência

A Região Centro conta no ano de 2015 com um total de 237 estabelecimentos de turismo no espaço rural e 173 casas de campo (Tabela 4). Contudo, Águeda apresenta nas estatísticas de 2015, apenas um estabelecimento de turismo no espaço rural / turismo de habitação (Tabela 5).

Dado o número reduzido de estabelecimentos de turismo no espaço rural / turismo de habitação para análise da concorrência de preços no concelho de Águeda, procedeu-se também ao levantamento de estabelecimentos semelhantes ao projeto em Sever do Vouga. Os critérios de seleção definidos para a análise da concorrência basearam-se na tipologia de empreendimentos turísticos de Turismo rural na modalidade de hospedagem “Casas de Campo” que se situam no concelho de Águeda para os principais concorrentes e Sever do Vouga para os principais concorrentes devido à proximidade com o concelho de Águeda.

As características dos empreendimentos, os valores praticados, os meios de comunicação e reserva, assim como as atividades são os indicadores utilizados para recolha de informação que permitem retirar algumas conclusões interessantes.

É importante também referir que de acordo com a legislação relativamente aos empreendimentos turísticos na modalidade casas de campo, os requisitos referem dimensões para as diversas áreas que constituem cada casa e é possível o aumento de duas camas-extra por casa. Também o número de unidades de alojamento das casas de campo pode vir a aumentar, segundo o Decreto-lei n.º 15/2014, que determina que as casas de campo se poderão estender até um limite de 10 unidades de alojamento, o que permite aferir também o número máximo de hóspedes por empreendimento e a possibilidade de crescimento da concorrência no decorrer do tempo.

Para uma boa estratégia, é também necessário identificar os principais concorrentes do projeto, percecionando as características dos seus serviços, infraestruturas e equipamentos que oferecem, bem como a sua localização e preços praticados.

Deste modo, apresentam-se seguidamente, aqueles que se considera serem os principais concorrentes do projeto por constituírem projetos com a modalidade de “Casa de Campo” e ofertas semelhantes no concelho de Águeda e Sever do Vouga.

A tabela a seguir, apresenta os dados recolhidos relativamente aos principais concorrentes na modalidade Casa de Campo de Sever do Vouga.

Tabela 9 – Principais concorrentes de Sever do Vouga

Nome	Website	Localização	Tipologia	Meios de Comunicação e Reserva	Atividades / serviços prestados
Vougaldeias	http://www.vougaldeias.com/	Sever do Vouga (Couto de Esteves)	Casa da Tulha é composta por cinco apartamentos totalmente equipados e autónomos. Dois apartamentos são de tipologia T2 e três apartamentos são de tipologia T1. A Casa da Tulha dispõe ainda de áreas comuns acolhedoras e confortáveis: uma receção, um salão comum com uma imponente lareira e um pequeno bar, um terraço com mobiliário de jardim e barbecue. Casas da Seara são compostas por cinco apartamentos de tipologia T1 e uma suite independente. As áreas comuns são uma sala de convívio comum, os vários terraços, a churrasqueira e área de refeições ao ar livre e jardins.	Booking; Website; Facebook; instagram; Mybesthotel; Airbnb; Lifecooler; Visit Portugal; Pinterest; Trivago;	Percursos Pedestres; Pacote romântico; eventos; workshops;
Casas Rosmaninho	http://casasrosmaninho.com/	Sever do Vouga (Couto de Esteves)	Casa da Eira: é um duplex com 1 quarto, tendo no rés do chão uma kitchenette e uma sala. Casa do Pátio: Um quarto duplo com casa de banho privativa, sala e kitchenette, totalmente equipadas.	Facebook; Rentalia; Homeway; Air bnb; Booking; Vimeo	Montanhas Mágicas
Moleiro da Costa Má	http://www.moleirodacostama.com/	Sever do Vouga (Silva Escura)	O alojamento, em casas individuais e independentes, construídas em alvenaria de pedra. Estúdio duplex - 23 m ² : cama de casal, kitchenette, wc com banheira de hidromassagem e sala.	Facebook; Website; hoteis.com; booking; Tripadvisor;	Atividade agrícola, artística, terapêutica numa perspectiva ecológica integrada.
Vila de Paço	http://www.villapaco.com	Sever do Vouga (Cedrim)	O empreendimento é composto por quatro casas de campo autónomas e a casa de campo principal, residência do agregado familiar.	Website; booking; Tripadvisor; Airbnb; Facebook; visitportugal.pt; agoda.com;	Produtos agrícolas
Villa Redouça	http://www.Villarredouca.com	Sever do Vouga (Cedrim)	O Villa Redouça dispõe de apartamentos com 1 e 2 quartos, num pequeno condomínio. Dispõe de uma banheira de hidromassagem exterior, sauna e um centro de fitness no local. Cada acomodação do Villa Redouça inclui uma kitchenette totalmente equipada e ar condicionado e salamandras para as noites mais frias de Inverno.	Website; booking; Tripadvisor; Airbnb; Facebook; visitportugal.pt; agoda.com; Trivago;	Ginásio; Sauna;
Herdade dos Canastros	http://herdadedoscanastros.pt/	Sever do Vouga (Cedrim)	A Herdade dos Canastros apresenta acomodações com uma área de estar e uma cozinha. Estão disponíveis acesso Wi-Fi gratuito em toda a propriedade e estacionamento privado gratuito no local.	Website; Facebook; booking; Airbnb;	

Fonte: Elaborado com base nos websites dos empreendimentos referidos na tabela

A análise da tabela 9 permite retirar algumas conclusões que poderão ajudar na tomada de decisão quanto à definição de preços e características do produto do projeto a desenvolver.

De acordo com os dados recolhidos, verifica-se que todos os empreendimentos turísticos têm *website* e os meios de comunicação e reserva mais utilizados são: as redes sociais (Facebook e Instagram) e plataformas como o Booking, Trivago e Airbnb, entre outros. Relativamente às atividades complementares dos empreendimentos, estas direcionam-se para os pontos de interesse locais, como os percursos pedestres, gastronomia e atividades agrícolas. É, também, notável, o investimento em serviços diferenciadores nos empreendimentos para garantir a permanência dos hóspedes, nomeadamente, a implementação do ginásio, sauna e organização de eventos. Existem também outras iniciativas, com objetivo de captar mais clientes, como por exemplo, o caso da Vougaldeias, com a criação de pacotes promocionais românticos e pacotes envolvendo *workshops* esporádicos.

Para análise dos principais concorrentes, foram identificados os estabelecimentos existentes no concelho de Águeda registados no portal da Câmara Municipal de Águeda na categoria de turismo no espaço rural. Este portal reconhece como casas de campo os empreendimentos turísticos presentes na tabela 10.

Tabela 10 – Principais concorrentes de Águeda

Nome	Website	Localização	Tipologia	Meios de divulgação	Atividades / serviços prestados	Modalidades de reserva
Casa do Páteo	http://www.casadopateo.pt/	Águeda (Lourizela)	Unidade de alojamento - Quarto do loiceiro (Cama de casal, Aquecimento, sofá com zona de leitura, roupeiro e cómoda); Quarto do tear (3 camas de solteiro, aquecimento); Quarto do Postigo (Cama de casal, Aquecimento, janela velux, roupeiro e cómoda); Sala (LCD C/satélite, PS2 C/ jogos, colunas de som), Cozinha (Microondas; Máquina de café; chaleira; Placa Vitrocerâmica; Forno; Frigorífico; Grelhadora; Torradeira) e pátio (churrasqueira, forno a lenha e espaço para refeições).	Facebook; Booking; Top Rural; Blog; Twitter; Google maps; Pinterest; Custo justo; Hoteis de campo; Airbnb;	Trilhos pedestre de Lourizela; Desafios, desporto e aventura; Moinhos abertos;	via telefone, email; Através dos meios de divulgação
Casas do Espigueiro	http://www.casasdoespigueiro.pt/	Águeda (Préstimo)	As Casas do Espigueiro são um conjunto turístico que resulta da recuperação de edificações antigas. O conjunto compreende 3 habitações de tipologia T1 e uma habitação de tipologia T2. Às habitações mais pequenas foi atribuído o nome da cor que as distingue: Casa Verde, Casa Azul, Casa Vermelha. A habitação maior chama-se Casa Grande em homenagem à "casa mãe" dos primeiros residentes.	Website; Facebook; Top rural; Google maps;	Percursos pedestres; Jogos Tradicionais; Oficinas (leitura; Escrita; Pintura; Manualidades); Biblioteca e Videoteca; Retiros (yoga e meditação); Encontros Temáticos (Arqueologia local; Flora Local; Astronomia; Artes; Culinária e Jardinagem)	via telefone, email; Através dos meios de divulgação

Fonte: Elaborado com base nos websites dos empreendimentos referidos na tabela

De acordo com os dados apresentados na tabela 10, verifica-se que estes empreendimentos turísticos têm igualmente Website e os meios de comunicação e reserva são semelhantes aos da concorrência indireta, dando especial atenção à forma de contacto que é normalmente efetuada por três vias: telefónica, diretamente e através de reserva online.

Quanto às atividades complementares, a Casa do Pátio apresenta apenas atividades meramente informativas de ações que ocorrem localmente, como festas (festa do leitão), atividades de cariz agrícola “desfolhada”, percursos pedestres, visita à moinhos, *workshops*, entre outras. Contudo, verifica-se a criação de *vouchers*, descontos criados pela própria unidade de alojamento para a pernoita no local.

Por outro lado, as Casas do Espigueiro para além das atividades informativas, apresentam atividades específicas do empreendimento, como jogos tradicionais, oficinas, retiros, encontros temáticos, entre outros.

No que diz respeito aos preços praticados nos empreendimentos turísticos concorrentes, estes variam de acordo com as promoções dos motores de reserva, como o *Booking.com*, *Toprural*, *Airbnb*, entre outros.

Na tabela seguinte, apresentam-se os preços dos principais concorrentes, identificados através dos *websites* de cada um dos empreendimentos / Casas de Campo, onde é observável a diferenciação de preços mediante a época baixa e alta; número de pessoas e características da casa.

Tabela 11 – Preços dos principais concorrentes

Concorrência Direta	Preço		Concorrência Indireta	Preço	
Casa do Pátio	Casa completa (2 Noites) - 200€		Vougaldeias	Pequeno Almoço - 5€	
Casas do Espigueiro	Pequeno Almoço Incluído		Casa da Tulha e Casa da Seara	Época Alta	Época Baixa
Camas-extra	10€ por dia		Noite	45/90€	40/80€
Casa Grande	Época Alta	Época Baixa	Semana	280/560€	250/500€
2/3/4 Pessoas	130 €	120 €	Quinzena	560/1120€	500/1000€
5 Pessoas	135 €	125 €	Casas Rosmaninho		
6 Pessoas	140 €	130 €	Casa da Eira	Preço	
Casa Verde	Época Alta	Época Baixa	Noite	45 €	
2 pessoas	70 €	60 €	Semana	225 €	
3 pessoas	75 €	65 €	Quinzena	450 €	
4 pessoas	80 €	70 €	Casa do Pátio	Preço	
Casa Azul	Época Alta	Época Baixa	Noite	50 €	
2 pessoas	70 €	60 €	Semana	250 €	
3 pessoas	75 €	65 €	Quinzena	500 €	
4 pessoas	80 €	70 €	Moleiro da Costa Má		
Casa Vermelha	Época Alta	Época Baixa	Noite	Época baixa	
2 pessoas	70 €	60 €	2 pessoas	35 €	
3 pessoas	75 €	65 €	Vila de Paçô		
4 pessoas	80 €	70 €	2 pessoas	Época Alta	Época Baixa
			Casa Fátima	75 €	50 €
			Casa Carlos	75 €	50 €
			Villa Redouça	Chalé com 1 Quarto	
			2 pessoas	50 €	
			Herdade dos Canastros	2 pessoas	
			Quarto duplo	70 €	
			Quarto duplo deluxe	90 €	
			Quarto duplo deluxe com banheira	95 €	

Fonte: Preços referidos com base nos *Websites* dos empreendimentos turísticos referidos

Por fim, numa breve análise aos preços praticados pelos principais concorrentes de Águeda e Sever do Vouga, verificam-se mais ou menos os mesmos preços, embora no concelho de Águeda a estadia seja ligeiramente mais cara. Em relação à estratégia de preços, a concorrência direta estipula o preço mediante o número de pessoas por noite e casa completa. Enquanto os principais concorrentes de Sever do Vouga têm em atenção as características dos quartos, serviços e duração de estada na estipulação de preços.

Capítulo V – Caracterização do Projeto

5.1 Infraestruturas e Equipamentos Existentes

A área pretendida para a implementação do projeto inclui cinco edifícios numa fase inicial de recuperação, na qual se procurou manter a arquitetura, paralelamente à reconstituição das ruínas de alguns edifícios anexos, dos quais resulta um moinho, uma casa moinho, uma casa de armazenamento de gado, outra de armazenamento de milho/farinha e outra de arrumações. Quanto à utilização das casas, três destas casas serão utilizadas para alojamento, uma para visita do moinho e a outra será uma casa de “área comum” a todos designada de Taberna dos Moleiros que servirá de apoio ao alojamento e entretenimento com abertura para os visitantes (não hóspedes) que queiram usufruir do local.

O terreno tem uma área de cerca de sete hectares. Atualmente, o acesso de carro é possível através de caminhos rurais até às casas, embora se verifique a necessidade de contacto com as autarquias para o melhoramento das condições existentes. Verifica-se também a necessidade de fazer ligações à rede elétrica e rede pública de saneamento. Como não existe nenhuma das duas, será necessária a instalação de sistemas alternativos.



Figura 4 – Casa Moleira (casa dos moinhos)
Fonte: Elaboração Própria

Em termos de alojamento, existe a casa de moinhos, considerada a casa principal que será denominada de Casa Moleira. Trata-se de um loft, edifício que anteriormente servia de habitação de moleiros, e que ao mesmo tempo era o local de moagem do milho. Tem na sua génese um forno de lenha antigo que servia para o fabrico do pão e outros alimentos, com uma pequena área para a casa de banho.



Figura 5 – Casa das Levadas (casa de arrumações)

Fonte: Elaboração Própria

A segunda casa é também um loft, mais pequena que a Casa Moleira, e em tempos servia de casa de arrumações, pelo que terá o nome de Casa das Levadas dado o seu enquadramento com o rio.



Figura 6 – Casa da Farinha (casa de armazenamento do milho e farinha)

Fonte: Elaboração Própria

A terceira e última casa para alojamento é a Casa da Farinha, e este nome surge devido ao propósito da casa que servia de armazenamento de milho e farinha resultante da moagem do milho nos moinhos.



Figura 7 – Moinho (visitação ao moinho)

Fonte: Elaboração Própria

As outras duas casas, como referidas anteriormente, uma servirá de visitação ao moinho e atividades inerentes, uma vez que tem licença para a atividade de moagem.



Figura 8 – Taberna dos Moleiros (casa de armazenamento de animais)

Fonte: Elaboração Própria

A outra casa, denominada de Taberna dos Moleiros será um espaço comum a todos (hóspedes e não hóspedes), que inclui a receção, serviço de bar, petiscos/refeições ligeiras, local de pequenos-almoços, troca de ideias e entretenimento, com a possibilidade de eventos com acústica soft.

5.2 Projeto a desenvolver

O turismo rural assume-se como um “produto de excelência” em Portugal, responsável pela atração de turistas nacionais e internacionais. No entanto, o forte do turismo ainda se concentra no turismo de sol/praias facilmente identificado pela sua massificação.

O mesmo acontece na cidade de Águeda, em que se verifica uma concentração crescente de turistas e atividades no centro da cidade em épocas do ano específicas e associadas com o sol.

Sendo amplamente conhecidos e reconhecidos os impactos que um turismo de massas acarreta, pretende-se complementar o turismo que atualmente caracteriza o concelho de Águeda com um turismo alternativo, o turismo rural.

O turismo rural permite uma dispersão temporal e geográfica de turistas, focando-se essencialmente na sustentabilidade dos locais, através da recuperação e preservação dos recursos naturais intrínsecos, ao mesmo tempo, que garante a viabilidade económica, ambiental e social do local.

Como objetivo deste projeto pretende-se desenvolver um empreendimento turístico de turismo no espaço rural, iniciando-se pela requalificação do património molinógico e edifícios anexos de cariz agrícola para alojamento e atividades complementares.

Para garantir a sustentabilidade local, o desenvolvimento ocorre mediante a colaboração e cooperação com outras atividades económicas e entidades locais, revelando-se um projeto dinâmico e inovador no local onde se insere.

Centrando-se, na responsabilidade ambiental, pretende-se, não só preservar os recursos naturais, como garantir uma utilização eficiente dos mesmos. Neste sentido, também se inserem as atividades de natureza com a vertente de sensibilização ambiental.

No que se refere à zona envolvente, existe acesso livre ao rio, onde os turistas podem usufruir do local com bastante privacidade dada a distância à comunidade local. Também podem realizar o percurso pedestre local, piqueniques, contemplação, percorrer os outros pontos de interesse desta linha de água, tais como o parque da garganta, um elemento que foi alvo de requalificação após uma ação de orçamento participativo. Serão igualmente facultadas informações sobre alguns pontos de interesse que poderão ser visitados nas redondezas, como, por exemplo, o museu das memórias que se encontra na Casa do Povo de Valongo do Vouga, o museu ferroviário de Macinhata do Vouga, a Estação Arqueológica do Cabeço do Vouga, a maior lagoa da península ibérica (muito rica em biodiversidade), o património religioso, parques e outros trilhos pedestres.

5.3 Produto

O produto é um empreendimento turístico em espaço rural classificado em Casas de Campo.

O terreno do projeto localiza-se junto ao rio Marnel, inserido num meio florestal com uma área de cerca de sete hectares que se caracteriza pela conservação e recuperação de um ambiente bucólico em contraste com os terrenos em redor. Este produto resulta da funcionalidade a dar a cinco edifícios numa fase inicial de reabilitação, entre eles, casas e moinho, em complemento com atividades que serão desenvolvidas em parceria. De acordo com o estágio realizado na Vougaldeias, a gestão do empreendimento terá em conta algumas atividades e meios de atuação semelhantes.

A oferta de alojamento é de três casas que estarão equipadas de maneira a proporcionar todo o conforto necessário (Anexo 1). As tipologias da Casa Moleira e Casa das Levadas são Loft. A Casa Moleira possui um quarto duplo e uma cama de casal, sala de estar com salamandra e ar condicionado, WC privativo com banheira e cozinha equipada. Assim como a Casa das Levadas, que apenas difere nas dimensões e o WC é privativo mas com chuveiro, havendo mais alguns equipamentos diferenciados o que justificará a distinção de preços. Acrescenta-se que o número de camas pode aumentar, existindo sempre a possibilidade de acrescentar até duas camas-extra por casa.

A Casa da Farinha é de pequena dimensão, apenas compreende um quarto duplo com duas camas individuais, Wc privativo e kitchenette, equipada com ar condicionado, o que impossibilita o acréscimo de camas-extra.

O moinho servirá de visitação tanto para os hóspedes, como para não hóspedes que passem no percurso pedestre “Trilho das Levadas”. Também neste sentido, a Taberna dos Moleiros será aberta a todos os clientes (hóspedes) e não hóspedes no empreendimento turístico. Em complemento ao alojamento, a Taberna dos Moleiros (Anexo 1), permitirá a realização de eventos, receção dos hóspedes, serviço de bar e petiscos/refeições ligeiras e onde os hóspedes podem também tomar o pequeno almoço. De forma a evitar desperdícios, o pequeno-almoço será servido em forma de bufê ou pedido prévio por carta, consoante os níveis de ocupação.

A decoração do interior das habitações estará inserida no contexto do empreendimento turístico dando-se primazia ao rústico, antigo, recuperado e amigo do ambiente. Todos os alojamentos serão distintos em termos de decoração e recheio que os compõe. As unidades de alojamento são denominadas segundo a história dos edifícios e envolvente.

De acordo com as entrevistas exploratórias realizadas, quer aos agentes locais quer aos potenciais clientes, verifica-se que, na maioria, os turistas em visita ao local são de origem nacional. Por esta razão, o produto será direcionado para os clientes nacionais.

Da mesma forma, o empreendimento dará abertura quer a indivíduos ou grupos para estada, uma vez que se concluiu através das entrevistas que é assim que os turistas são recebidos e viajam. As motivações dos clientes para viajar são de uma forma geral com intuito de descobrir novos locais, obter experiências e descansar, como se pode analisar nas entrevistas (Apêndice D e E).

Uma vez que se trata de uma empresa de pequena dimensão, a estratégia é criar experiências plenas e aumentar o volume de vendas. Assim, os agentes locais entrevistados serão potenciais parceiros do projeto e serão responsáveis por algumas das atividades complementares e serviços externos, desde atividades de relaxamento e massagens, *trekking*, atividades de *outdoor*, animação e eventos, e serviços de lavandaria e restauração. Ou seja, atividades também mencionadas pelos potenciais clientes nas entrevistas dadas, informação igualmente complementada através dos resultados do estudo de caracterização do turismo no espaço rural e turismo de natureza em Portugal (IESE, 2008). Estas parcerias são importantes para envolver a população com o projeto e serão igualmente fundamentais para a sustentabilidade do local.

Para além das atividades em parceria, também poderão surgir outras, nomeadamente, no que diz respeito a formações, oficinas e eventos de cariz ambiental e agrícola. Assim como atividades relacionadas com os moinhos, envolvente e a sua visita, que incluem, para além dos hóspedes, possíveis interessados.

No futuro, poderão surgir áreas de campismo ou glamping, uma vez que existe espaço na propriedade e é referido o gosto pelo campismo por parte de alguns potenciais clientes entrevistados.

5.4 Preço

Inicialmente, a estratégia de preço baseia-se na análise dos preços praticados pelos principais concorrentes de Águeda (tabela 10) e principais concorrentes de Sever do Vouga (tabela 9) que se traduz no cálculo da média dos preços praticados consoante a época alta e época baixa (tabela 12), que serve como base para a definição do preço das casas do projeto, mediante as condições que o alojamento dispõe.

Tabela 12 – Média dos Preços da Concorrência

Média por Noite (2 pessoas)	Preços
Época Baixa	62,00 €
Época Alta	71,92 €

Fonte: Elaboração Própria

Após o cálculo dos preços médios da concorrência, é possível estipular os preços médios para o projeto (Tabela 13). Posteriormente, será interessante diferenciar os preços mediante a época alta e época baixa para maior captação dos clientes na época de menor afluência e estabilidade na época de maior afluência de clientes. Esta diferenciação é possível dado que de acordo com as entrevistas exploratórias, dados estatísticos do INE (2017) relativamente ao concelho de Águeda consideram que a época alta corresponde aos meses de verão (de junho a agosto) e dias festivos e a época baixa aos restantes meses.

Tabela 13 – Preços dos Moinhos do Ribeiro

Preços médios dos Moinhos do Ribeiro		
Nome	Tipologia	Preço por 2 noite + Pequeno almoço
Casa Moleira (loft)	Quarto duplo; 2 sofá cama; kitchenette equipada no moinho, wc privativo com banheira, sala de estar, salamandra, ar condicionado, forno a lenha.	70 €
Casa das Levadas (loft)	Quarto duplo; sala de estar; sofá cama; wc privado; kitchenette equipada; salamandra e ar condicionado.	60 €
Casa da Farinha	2 camas individuais; kitchenette equipada; ar condicionado; wc privativo	50 €
Cama-extra	Individual	10 €

Fonte: Elaboração Própria

5.5 Comunicação

Dada a introdução do projeto no mercado, é necessária uma campanha de comunicação forte para que haja conhecimento do produto comercializado. As campanhas de comunicação são essenciais para criar e manter a imagem da empresa positiva, por isso a aposta deve começar pela divulgação da empresa e dos seus serviços. A comunicação da empresa e dos serviços vai ser feita a nível nacional tendo em conta que a maioria dos turistas, de acordo com os dados estatísticos do concelho de Águeda, agentes locais entrevistados e potenciais clientes entrevistados, são nacionais.

Inicialmente, antes do lançamento do empreendimento, ou seja, durante o desenvolvimento do projeto no terreno, o objetivo é dar a conhecer às entidades, órgãos locais e turistas nacionais os aspetos essenciais do projeto, nome, logótipo, slogan e a localização. Valorizam-se, neste sentido, as ferramentas gratuitas, nomeadamente, as redes sociais como o Facebook e Instagram para criação da página de rede social do empreendimento. Através desta página de rede social será possível criar uma rede de contactos que potenciem a divulgação do empreendimento com a partilha de conteúdo, onde se aproveitará para apresentar os recursos humanos, a área de atividade, quais os serviços prestados e serviços complementares.

A escolha destes meios de comunicação iniciais inclui uma análise das plataformas de comunicação e reserva, desenvolvida no estágio, e a análise da concorrência direta e indireta ao projeto, sendo as redes sociais os meios de divulgação mais utilizados, nomeadamente, o Facebook e Instagram e outras plataformas de reserva como o Booking, Tripadvisor, Trivago e o Google.

Por outro lado, também o passa palavra e o contacto telefónico são tidos em conta, dado que os potenciais clientes apontam estes meios como utilizados para contacto e reserva, para além dos meios anteriormente referidos.

O pré-lançamento do empreendimento será divulgado através da internet (redes sociais) e com a criação de *flyers* para divulgar junto dos parceiros e entidades com influência na região ou em contacto com turistas (Posto de turismo de Águeda, restaurantes regionais, Turismo Centro e Turismo de Portugal) e órgãos de poder local como a Câmara Municipal de Águeda e Junta de Freguesia de Valongo do Vouga.

Por outro lado, a criação de uma parceria com operadores turísticos e agências de viagens como a agência Abreu, Harpia ou SR - Viagens e Turismo, será importante para

captar turistas para o alojamento, sendo que a escolha destes exemplos prende-se com o facto de estarem representadas no concelho de Águeda.

A criação do *website* é também uma ferramenta de promoção, para além de que poderá funcionar como plataforma de reservas e apresentação dos serviços existentes, sendo a utilização desta ferramenta considerada relevante tendo por base a experiência adquirida durante o estágio desenvolvido na Vougaldeias.

Após a abertura, através de atividades, poderá haver o envolvimento do cliente com o projeto, quer através do apelo à natureza, quer através do bem-estar. Desta forma, a atratividade do empreendimento, boas práticas ambientais, assim como o efeito de curiosidade no cliente, poderão levá-lo à procura de mais informação, e potenciar à compra do serviço e satisfação. Também o fortalecimento das relações com as agências de viagens e incentivo aos operadores turísticos devem ser tidos em conta.

A longo prazo, é importante manter a imagem da empresa tanto com uma equipa dinâmica, como com serviços complementares de qualidade, e se possível aliar a imagem da empresa a boas causas sociais e ambientais.

Em resumo, os canais de comunicação a utilizar são: a publicidade (através da internet e desdobráveis); as relações públicas (através do apoio a causas sociais e ambientais, formações, organização de eventos e workshops, entre outros); as promoções (através de concursos, passatempos, pacotes de viagem, aumento das margens de comercialização dos distribuidores, oferta de brindes, fidelização, entre outros); e o marketing direto (através do mailing com os inquéritos de satisfação e o web-mail com as *newsletters*, entre outras). Algumas das ideias/atividades para os canais de comunicação serão aproveitadas do estágio desenvolvido e da análise da concorrência.

5.6 Procura Potencial

De acordo com o cruzamento efetuado entre os dados estatísticos (INE, 2015), o estudo de caracterização do Turismo no espaço rural e Turismo de Natureza (IESE, 2008), assim como as entrevistas exploratórias realizadas, foi possível definir que o presente projeto se direciona a uma população de turistas e residentes de nacionalidade Portuguesa, numa faixa etária a partir dos 20 anos, que permanece pelo menos uma noite no alojamento e tem veículo próprio.

As motivações da procura podem ser múltiplas, tendo em conta as atividades que normalmente são desenvolvidas pelos potenciais clientes (Tabela 8) desde atividades de

lazer, recreio ou férias, fuga à rotina, descanso, escapadelas românticas, experiências, descoberta do local, entre outras. Sendo que as principais motivações de viagem e escolha do alojamento turístico dos turistas de acordo com turismo no espaço rural e turismo de natureza são a envolvência com o território, o carácter rural do sítio.

Capítulo VI – Projeto de Investimento e Viabilidade Económica

Um projeto de investimento relaciona-se, entre, outros fatores, com o investimento, o horizonte temporal e fluxos benefícios futuros esperados, as condições de financiamento do investimento, entre outras informações a ter em consideração para atingir os objetivos pretendidos com o projeto (Soares et al., 2015), especificamente no projeto de exploração dos Moinhos do Ribeiro. Consideram-se desta forma, principalmente, os recursos físicos (infraestruturas e equipamentos), recursos humanos (colaboradores) e recursos financeiros (capital próprio e capital alheio) necessários para a concretização do projeto.

Neste capítulo são apresentados os quadros resumo que contêm as informações relativas à análise da viabilidade económico-financeira do projeto, com dados referentes aos pressupostos gerais; investimento; financiamento; receitas/rendimentos; custos; e critérios de avaliação.

A base que sustenta esta análise resulta da recolha de dados realizados ao longo do projeto, nomeadamente, as entrevistas exploratórias, a análise de concorrência (em relação ao desenvolvimento do projeto), dados estatísticos do Instituto Nacional de Estatística e Banco de Portugal, bem como, a legislação em vigor.

6.1 Pressupostos Gerais

O horizonte temporal de análise do projeto é de 15 anos, justificado através do critério de vida económica, útil e contabilística dos ativos.

Para a definição do preço do alojamento utilizaram-se os preços praticados por principais concorrentes de Águeda e Sever do Vouga (tal como já referido anteriormente), e através destes estabeleceu-se uma média de preços, com alguns valores diferenciados de acordo com as características de cada alojamento (Tabela 13).

Para taxa de ocupação do alojamento, considerou-se a taxa de ocupação – cama global do Turismo em espaço rural e de habitação (20,3%) no ano de 2016 (INE, 2017).

Considerou-se um prazo médio de recebimentos de zero meses, dado que o recebimento do produto/serviço acontece no momento em que é consumido, bem como um prazo médio de pagamento a pronto tendo em conta a reduzida dimensão da empresa e capacidade negocial.

A taxa de crescimento é de 2,9% para as quantidades vendidas, e foi estimada tendo como base as dormidas dos últimos 10 anos em Águeda (do ano de 2005 a 2015), de acordo com os anuários estatísticos da Região centro do INE (Apêndice L).

A taxa de inflação é de 1,5 % de acordo com a previsão para o ano de 2019 do banco de Portugal e é tida como referência para o preço de venda (Banco de Portugal, 2017).

Tabela 1 – Pressupostos Gerais

Pressupostos Gerais	
Impostos	
Taxa de IVA	23%
Inflação	
Taxa de variação - Índice do Preço do Consumidor (média anual)	1,5%
Prazo médio de Recebimentos (meses)	0
Prazo médio de Pagamentos (meses)	0
Volume de negócios	
Taxa de Ocupação - cama Global TER e TH (2016)	20,3%
Taxa de crescimento de vendas	2,9%
Taxa de Ocupação de Atividades	100%
Taxa de Ocupação Cama-extra	60%

Fonte: Elaboração Própria

6.2 Investimento

O investimento inicial tem como objetivo constituir um conjunto de ativos que sustentam a prestação de serviços e atividade operacional. E, é esperado pelos investidores, que o fluxo de benefícios futuros (cash-flows) criados pelo projeto seja superior ao montante de investimento que temos de realizar para poder ter esses mesmos benefícios (Soares et al., 2015).

O investimento inicial, as receitas e os custos podem ocorrer em momentos diferentes no tempo, uma vez que o investimento pode realizar-se no início do projeto, e as receitas e custos ocorrerão em diversos momentos ao longo do tempo futuro.

O investimento tem associado um determinado tempo de execução, orçamento e algumas especificações (Tabela 15).

Para a quantificação do investimento é necessária a recolha de informação que provém de variadas fontes. Exemplos disso são: os orçamentos da remodelação das casas (Anexo 5), mobiliário (Anexo 6) e mobiliário de aquecimento (Anexo 7); gastos com a constituição da empresa (Apêndice G) e logótipo (Anexo 2); licenças necessárias para a atividade de exploração do empreendimento (Anexo 19); trabalhos especializados como o orçamento do arquiteto (Anexo 3) e orçamento do contabilista (Anexo 4); computador e *software* de gestão (Anexo 9); equipamento de segurança e vigilância (Anexo 10); instalação de corrente elétrica subterrânea (Anexo 11); instalação do depósito de água (Anexo 11); bomba de calor (Anexo 11); livro de reclamações e placa de identificação (Apêndice H); ar condicionado (Anexo 10); equipamento eficiente, nomeadamente, as lâmpadas e redutores de caudal de água (Anexo 13).

Estas informações foram recolhidas através de pedidos de orçamentos *online*; estimativa de compras nas lojas IKEA, Worten, Leroy Merlin, Continente, entre outras; *sites* de internet relativos à constituição da empresa na hora no Portal do Cidadão; e, por último, documentos da Câmara Municipal de Águeda relativo a licenças.

Tabela 15 – Investimento

Investimento	
Descrição	N
Constituição da Empresa	360,00 €
Logótipo	500,00 €
Livro de Reclamações	19,76 €
Placa de Identificação	40,00 €
Licenças	370,00 €
Trabalhos Especializados	
Arquiteto	5 750,00 €
Contabilista	145,00 €
Casas - Remodelação + Mão de obra	
Casa Moleira	11 076,99 €
Casa das Levadas	8 480,64 €
Casa da Farinha	7 334,63 €
Taberna dos Moleiros	8 904,54 €
Total de Remodelações	35 796,80 €
Mobiliário	15 277,53 €
Material de escritório	
Computador, Registadora e Software de Gestão	811,19 €
Segurança e Vigilância	
Equipamento de Segurança/Vigilância + Kit alojamento Local (segurança)	806,31 €
Necessidades Básicas de Funcionamento + Equipamento	
Instalação de Corrente Elétrica Subterrânea	11 524,00 €
Depósito de Água	2 795,00 €
Fossa Sépticas	740,00 €
Bomba de Calor	2 918,00 €
Total de necessidades	17 977,00 €
Ar Condicionado (4)	795,00 €
Equipamento Eficiente	
Redutor de torneiras (8)	55,92 €
Redutor de Chuveiro (3)	84,15 €
Lâmpadas Eficientes	490,67 €
Total de equipamento eficiente	630,74 €
Total de Investimento	79 279,33 €

Fonte: Elaboração Própria

6.3 Financiamento e Encargos Financeiros

A afetação de recursos é um elemento referido por Araújo (2003) como sendo realizada com o objetivo de obtenção de determinados benefícios em termos de rendibilidade.

Segundo Barros (2007), a rendibilidade relaciona-se com a capacidade de um projeto gerar rendimento líquido, ou seja, a relação entre o resultado gerado e os recursos utilizados na obtenção desse resultado.

Para realizar a afetação de recursos a um determinado projeto de investimento é necessária a obtenção de fontes de financiamento.

Como potencial fonte de financiamento para o presente projeto considerou-se a possibilidade de o projeto ser elegível no âmbito de uma candidatura a um subsídio ao investimento, inserida no Sistema de Incentivos ao Empreendedorismo e ao Emprego (SI2E), criado pela Portaria n.º 105/2017 de 10 de março no âmbito do Portugal 2020 e que pretende apoiar, de forma simplificada, pequenos investimentos empresariais de base local. O SI2E é gerido a nível local pelo GAL (Grupo de Ação Local) ADICES, Associação de Desenvolvimento Local, em articulação com os respetivos programas regionais dado que o investimento é inferior a 100 mil euros. O SI2E financia o projeto de investimento, através do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) para as despesas previstas no n.º1 do artigo 10 da Portaria n.º 105/2017 de 10 de março, em 40%. E, a criação de um posto de trabalho é financiada pelo Fundo Social Europeu (FSE) a nove meses para contratos de trabalho que prevejam a criação do próprio emprego de acordo com o n.º 2 do artigo 10 da mesma portaria.

Outras das fontes de financiamento para a realização do investimento inicial do projeto será assegurada com recurso a capitais alheios, na forma de empréstimo bancário (Anexo 18) simulado na Cofidis com uma taxa de juro de 9,95%. O recurso a este tipo de financiamento implica encargos financeiros.

O capital próprio é de 15 000€ e servirá de suporte inicial às despesas com o projeto (Tabela 16).

Tabela 16 – Financiamento

Descrição	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Empréstimos obtidos	50 000,00 €	40 000,00 €	30 000,00 €	20 000,00 €	10 000,00 €
Juro Anual	4 975,00 €	3 980,00 €	2 985,00 €	1 990,00 €	995,00 €
IS s/ Juro	49,75 €	39,80 €	29,85 €	19,90 €	9,95 €
Encargos Financeiros	4 975,00 €	3 980,00 €	2 985,00 €	1 990,00 €	995,00 €
Amortização de Capital	10 000,00 €	10 000,00 €	10 000,00 €	10 000,00 €	10 000,00 €
Capital em Dívida no Final do Ano	40 000,00 €	30 000,00 €	20 000,00 €	10 000,00 €	0,00 €
Investimento Total	79 279,33 €				
Capital Próprio (CP)	15 000,00 €	%CP	18,92%		
Empréstimo (D)	50 000,00 €	%D	63,07%		
Subsídio (S)	31 711,73 €	%S	40,00%		
	KCP	10%			
	KD	9,95%			
	KS	0%		KC	6,724%
	TIRC	23%			

Fonte: Elaboração Própria

6.4 Receitas

A estimativa dos rendimentos gerados pelo projeto teve na sua base os produtos oferecidos pelo projeto, sendo que para cada produto ou serviço foi definida a quantidade média e o preço médio de vendas, bem como a taxa de ocupação que influenciará a quantidade de serviços prestados.

A determinação das quantidades vendidas baseou-se na taxa de ocupação-cama global do Turismo em espaço rural e Turismo de habitação, que é de 20,3%, aberto todo o ano (365 dias).

O preço por alojamento foi estipulado de acordo com a média dos preços da concorrência e diferenciação relativamente às características que cada alojamento apresenta.

A Taberna dos Moleiros estará aberta 365 dias para os hóspedes uma vez que o pequeno almoço se encontra incluído na estadia e a área comum é para usufruto dos hóspedes. O consumo médio de 5€ por pessoa (na Taberna dos Moleiros) teve como referência o gasto médio por pessoa no Merkante caffè e restaurante Varanda do Rio em pestiscos e bebidas.

A taxa de ocupação do referido espaço, de 60%, foi estabelecida tendo como referência as taxas de ocupação dos parceiros das atividades de saúde e bem-estar. Adicionalmente,

uma vez que a Taberna dos Moleiros tem uma capacidade de 26 lugares, é possível dar abertura a pessoas de passagem (caminheiros) e interessados, para além dos hóspedes. Para este efeito, a Taberna dos Moleiros estará aberta ao público aos fins de semana (104 dias por ano), sendo que é possível captar para a Taberna dos Moleiros em média 15 pessoas por cada dia de fim de semana, de acordo com a estimativa da capacidade de captação do restaurante Varanda do Rio por dia.

As camas-extra também fazem parte das receitas. A capacidade máxima é de quatro camas, duas por casa, sendo que não é possível instalar camas-extra na Casa da Farinha. A disponibilidade das camas-extra para venda ocorre nos 365 dias por ano. O preço por cama-extra é de 10€ de acordo com os preços da concorrência indireta. A taxa de ocupação das camas-extra tem como referência os possíveis clientes inquiridos nas entrevistas exploratórias realizadas, em que 60% dos possíveis clientes, normalmente, viajam em família. A quantidade vendida das camas-extra resulta do somatório dos hóspedes estimados para a Casa Moleira e Casa das Levadas, multiplicado por dois, que representa o número de pessoas a mais por casa, multiplicado pela taxa de ocupação.

As atividades complementares (Apêndice J) prestadas resultam das parcerias estabelecidas e algumas atividades inerentes às características dos moinhos e zona envolvente. O preço médio é de 18,95€ por pessoa estabelecido com base nos preços adotados pelas parcerias e preços diferenciados como estratégia de introdução de atividades dinamizadas pelo empreendimento. As atividades apenas ocorrem de 15 em 15 dias (26 dias por ano), ou por solicitação, e a capacidade máxima por grupo de atividades é de 10 pessoas, sendo que algumas destas atividades podem ser adquiridas a título individual. Se partirmos do pressuposto que as atividades quando realizadas têm 100% de taxa de ocupação consegue-se obter a quantidade de atividades vendidas demonstrada na Tabela 17.

Tabela 17 – Vendas Previsionais

Vendas Previsionais (15 anos)															
Descrição	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6	N+7	N+8	N+9	N+10	N+11	N+12	N+13	N+14
Taxa de Inflação - variação média anual (Preço de venda)	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%
Taxa de Crescimento (Quantidade vendida)	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%	2,9%
Vendas	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Casa Moleira + Pequeno almoço Incluído	5 250 €	5 541,90 €	5 841 €	6 149 €	6 464 €	6 787 €	7 118 €	7 458 €	7 807 €	8 164 €	8 530 €	8 988 €	9 457 €	9 939 €	10 433 €
Quantidade Vendida Máxima (dias)	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365
Taxa de ocupação	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%
Preço unitário por noite, 2 pessoas	70 €	71 €	72 €	73 €	74 €	75 €	77 €	78 €	79 €	80 €	81 €	82 €	84 €	85 €	86 €
Quantidade vendida	75	78	81	84	87	90	93	96	99	102	105	109	113	117	121
Casa das Levadas + Pequeno almoço Incluído	4 445,70 €	4 641,44 €	4 846 €	5 059 €	5 282 €	5 514 €	5 757 €	6 011 €	6 275 €	6 552 €	6 840 €	7 141 €	7 456 €	7 784 €	8 127 €
Quantidade Vendida Máxima (dias)	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365
Taxa de Crescimento das unidades vendidas	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%
Preço unitário por noite, 2 pessoas	60 €	61 €	62 €	63 €	64 €	65 €	66 €	67 €	68 €	69 €	70 €	71 €	72 €	73 €	74 €
Quantidade vendida	74	76	78	81	83	85	88	90	93	96	98	101	104	107	110
Casa da Farinha + Pequeno almoço Incluído	3 705 €	3 868 €	4 038 €	4 216 €	4 402 €	4 595 €	4 798 €	5 009 €	5 229 €	5 460 €	5 700 €	5 951 €	6 213 €	6 487 €	6 772 €
Quantidade Vendida máxima (dias)	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365
Taxa de Crescimento das unidades vendidas	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%	20,3%
Preço unitário por noite, 2 pessoas	50 €	51 €	52 €	52 €	53 €	54 €	55 €	55 €	56 €	57 €	58 €	59 €	60 €	61 €	62 €
Quantidade Vendida	74	76	78	81	83	85	88	90	93	96	98	101	104	107	110
Total de Alojamentos	13 400,45 €	14 051,21 €	14 725,34 €	15 423,71 €	16 147,20 €	16 896,74 €	17 673,30 €	18 477,87 €	19 311,49 €	20 175,25 €	21 070,28 €	22 080,19 €	23 126,23 €	24 209,72 €	25 332,02 €

Fonte: Elaboração Própria

Vendas Previsionais (15 anos)															
Descrição	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6	N+7	N+8	N+9	N+10	N+11	N+12	N+13	N+14
Taberna dos Moleiros (Área Comum) Hóspedes	1 339 €	1 398 €	1 460 €	1 524 €	1 591 €	1 661 €	1 734 €	1 811 €	1 890 €	1 974 €	2 060 €	2 151 €	2 246 €	2 345 €	2 448 €
Capacidade da taberna	28 lugares														
Quantidade Vendida máxima	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365
Gasto Médio por pessoa (com base no Merkante caffè)	5 €	5,08 €	5,15 €	5,23 €	5,31 €	5,39 €	5,47 €	5,55 €	5,63 €	5,72 €	5,80 €	5,89 €	5,98 €	6,07 €	6,16 €
Taxa de ocupação (com base na ocupação dos hóspedes na taberna)	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
Quantidade vendida	268	275	283	291	300	308	317	326	336	345	355	365	376	386	397
Taberna dos Moleiros (Área Comum) Caminheiros	4 680 €	4 886 €	5 101 €	5 326 €	5 560 €	5 805 €	6 061 €	6 328 €	6 606 €	6 897 €	7 201 €	7 518 €	7 849 €	8 194 €	8 555 €
Quantidade Vendida máxima	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
Gasto Médio por pessoa (com base no Merkante caffè)	5 €	5 €	5,2 €	5,2 €	5,3 €	5,4 €	5,5 €	5,5 €	5,6 €	5,7 €	5,8 €	5,9 €	6,0 €	6,1 €	6,2 €
Taxa de ocupação (com base nas atividades de saúde e bem-estar)	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
Quantidade vendida	936	963	990	1019	1048	1078	1109	1140	1173	1206	1241	1276	1313	1350	1389
Total da Taberna	6 019 €	6 284 €	6 561 €	6 850 €	7 151 €	7 466 €	7 795 €	8 138 €	8 496 €	8 871 €	9 261 €	9 669 €	10 095 €	10 539 €	11 003 €

Fonte: Elaboração Própria

Vendas Previsionais (15 anos)															
Descrição	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6	N+7	N+8	N+9	N+10	N+11	N+12	N+13	N+14
Camas-extra	1 789 €	1 851 €	1 913 €	1 976 €	2 039 €	2 104 €	2 169 €	2 235 €	2 302 €	2 370 €	2 439 €	2 521 €	2 603 €	2 687 €	2 772 €
Capacidade total de camas-extra	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Quantidade Vendida máxima	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365	365
Preço da Cama extra (com base nos preços da concorrência)	10 €	10 €	10 €	10 €	10 €	10 €	10 €	10 €	10 €	10 €	10 €	10 €	10 €	10 €	10 €
Taxa de ocupação das camas-extra com base nos possíveis clientes inquiridos	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
Quantidade Vendida	179	185	191	198	204	210	217	224	230	237	244	252	260	269	277
Total de Camas-extra	1 789,14 €	1 851 €	1 913 €	1 976 €	2 039 €	2 104 €	2 169 €	2 235 €	2 302 €	2 370 €	2 439 €	2 521 €	2 603 €	2 687 €	2 772 €
Atividades Complementares (De 15 em 15 dias)	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €
Capacidade máxima de pessoas (grupo: 10 pessoas)	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Quantidade Vendida máxima	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
Preço médio de Atividades	18,95 €	18,95 €	18,95 €	18,95 €	18,95 €	18,95 €	18,95 €	18,95 €	18,95 €	18,95 €	18,95 €	18,95 €	18,95 €	18,95 €	18,95 €
Taxa de ocupação de Atividades	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Total de Vendas	26 135,73 €	27 112,94 €	28 125,91 €	29 176,05 €	30 264,81 €	31 393,68 €	32 564,25 €	33 778,14 €	35 037,05 €	36 342,77 €	37 697,13 €	39 196,52 €	40 750,95 €	42 362,56 €	44 033,57 €
IVA	23%	23%	23%	23%	23%	23%	23%	23%	23%	23%	23%	23%	23%	23%	23%
Total do Vendas + IVA	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €	4 927 €

Fonte: Elaboração Própria

6.5 Recursos humanos

De acordo com a implementação do projeto, apenas haverá um posto de trabalho a tempo inteiro. Dado o possível crescimento do negócio poderão ocorrer prestações de serviços ou trabalhadores a tempo parcial.

Na tabela dos recursos humanos consideraram-se os encargos com os vencimentos, segurança social e seguro de acidentes de trabalho. Para o desenvolvimento dos cálculos também foram pedidos orçamentos a uma seguradora para definição do valor do prémio de seguro, seguro de acidentes de trabalho e seguro do empreendimento (recheio e imóvel).

Relativamente aos salários, prevê-se que variem de acordo com a inflação, que é traduzida numa taxa de crescimento anual de 1% (Tabela 18).

Tabela 18 – Recursos Humanos

Recursos Humanos															
Nº de meses	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14
Incremento anual (vencimento + sub. de almoço)	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Descrição	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6	N+7	N+8	N+9	N+10	N+11	N+12	N+13	N+14
Quadro do Pessoal															
Total de Colaboradores (Gerente)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Remuneração base mensal															
Gerente	897 €	906 €	915 €	924 €	933 €	943 €	952 €	962 €	971 €	981 €	991 €	1 001 €	1 011 €	1 021 €	1 031 €
Remuneração base anual															
Gerente (Total)	12 558 €	12 684 €	12 810 €	12 939 €	13 068 €	13 199 €	13 331 €	13 464 €	13 599 €	13 734 €	13 872 €	14 011 €	14 151 €	14 292 €	14 435 €
Outros Gastos															
Valor do Subsídio de Alimentação	4,52 €	4,52 €	4,52 €	4,52 €	4,52 €	4,52 €	4,52 €	4,52 €	4,52 €	4,52 €	4,52 €	4,52 €	4,52 €	4,52 €	4,52 €
Subsídio de alimentação	1 492 €	1 492 €	1 492 €	1 492 €	1 492 €	1 492 €	1 492 €	1 492 €	1 492 €	1 492 €	1 492 €	1 492 €	1 492 €	1 492 €	1 492 €
Subsídio de alimentação (meses)	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14
Segurança Social (empresa)	23,75%	23,75%	23,75%	23,75%	23,75%	23,75%	23,75%	23,75%	23,75%	23,75%	23,75%	23,75%	23,75%	23,75%	23,75%
	2 982,53 €	3 012,35 €	3 042,47 €	3 072,90 €	3 103,63 €	3 134,66 €	3 166,01 €	3 197,67 €	3 229,65 €	3 261,94 €	3 294,56 €	3 327,51 €	3 360,78 €	3 394,39 €	3 428,34 €
Prémio de Seguro	317,52 €	317,52 €	317,52 €	317,52 €	317,52 €	317,52 €	317,52 €	317,52 €	317,52 €	317,52 €	317,52 €	317,52 €	317,52 €	317,52 €	317,52 €
Total de Outros Gastos															
	4 792 €	4 821 €	4 852 €	4 882 €	4 913 €	4 944 €	4 975 €	5 007 €	5 039 €	5 071 €	5 104 €	5 137 €	5 170 €	5 204 €	5 237 €
Total de Gastos com o Pessoal															
	17 349,65 €	17 505 €	17 662 €	17 821 €	17 981 €	18 142 €	18 306 €	18 471 €	18 637 €	18 806 €	18 976 €	19 147 €	19 321 €	19 496 €	19 673 €
Meses	14														
Incremento de Salário	1%														
Remuneração Mensal Gerente	897 €														
Valor de Subsídio de alimentação	4,52 €														
Seguro de Acidente de Trabalho	144,69 €														
Apólice (1º ano)	6,00 €														
Encargo para a segurança social (empresa)	23,75%														

Fonte: Elaboração Própria

6.6 Fornecimentos e Serviços Externos

Os custos resultarão da gestão diária operacional da atividade, nomeadamente, os materiais de desgaste rápido (Anexo 16); a publicidade; as matérias-primas: produtos alimentares (Anexo 14) e produtos de limpeza (Anexo 15); as energias e fluídos, os seguros inerentes ao projeto (Anexo 17), a contabilidade, entre outros.

Os gastos com a publicidade são reduzidos, uma vez que se optará essencialmente pela publicidade gratuita na internet através das redes sociais e plataformas de reserva que apenas cobram comissões.

A contabilidade é organizada daí o preço mensal estimado através de orçamento solicitado.

A energia e os fluídos (Apêndice I) resultam das tarifas aplicadas pela EDP relativamente à eletricidade para empresas, e o preço estimado por botija de gás de 45 kg, que é aconselhável normalmente para as necessidades de alojamento turístico, restauração, entre outras. No entanto, não é possível estimar a duração da botija, sendo considerado um custo variável, que poderá não implicar a necessidade de compra mensal, pelo que se estimou este custo a partir da compra da primeira botija.

O preço da água tem como referência a notícia “Famílias gastaram em média 20 euros mensais com água” do Diário de Notícias que refere o consumo mensal de 10 metros cúbicos de água ($10\text{m}^3/\text{mês}$) e o encargo médio de uma família (Diário de Notícias, 2012).

Alguns custos, tais como, os recursos humanos, contabilidade e seguros são fixos, dado que os preços ficam fidelizados nos contratos realizados enquanto outros, nomeadamente, as matérias-primas, energia e fluídos são variáveis porque não se tem uma estimativa da duração dos mesmos, provavelmente haverá meses em que não é necessária a sua compra efetiva e também existe a questão de mudança de preços das revendedoras (Tabela 19).

Os orçamentos de matérias-primas (limpezas e materiais de desgaste rápido foram estimados tendo por base o preço dos produtos em hipermercados como o Continente. Contudo, a compra dos mesmos será efetuada na Mundiag, Bebivende e Recheio que são empresas *cash and carry*, logo os preços serão reduzidos para empresas em relação aos resultados apresentados na Tabela 20.

Por fim, calcularam-se os valores de seguros, que resultaram do pedido de orçamento a uma seguradora (Tabela 19).

Tabela 19 – Fornecimentos e Serviços Externos

Fornecimentos e Serviços Externos																					
Descrição	IVA	CF	CV	Meses	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12		
				Tx. Cres.	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
				Valor Mensal	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6	N+7	N+8	N+9	N+10	N+11	N+12	N+13	N+14		
Serviços especializados																					
Contabilidade	23%	100%		145 €	1 740 €	1 757 €	1 775 €	1 793 €	1 811 €	1 829 €	1 847 €	1 866 €	1 884 €	1 903 €	1 922 €	1 941 €	1 961 €	1 980 €	2 000 €		
Publicidade	23%	50%	50%	53 €	636 €	642 €	649 €	655 €	662 €	668 €	675 €	682 €	689 €	696 €	703 €	710 €	717 €	724 €	731 €		
Energia e Fluidos																					
Água	6%	50%	50%	61,14 €	734 €	741 €	748 €	756 €	763 €	771 €	779 €	787 €	794 €	802 €	810 €	819 €	827 €	835 €	843 €		
Eletricidade	23%	50%	50%	110,93 €	1 331 €	1 344 €	1 358 €	1 371 €	1 385 €	1 399 €	1 413 €	1 427 €	1 441 €	1 456 €	1 470 €	1 485 €	1 500 €	1 515 €	1 530 €		
Gás	23%	50%	50%	84,86 €	1 018 €	1 029 €	1 039 €	1 049 €	1 060 €	1 070 €	1 081 €	1 092 €	1 103 €	1 114 €	1 125 €	1 136 €	1 147 €	1 159 €	1 171 €		
Serviços diversos																					
Material de desgaste rápido	23%		100%	104,17 €	1 250 €	1 263 €	1 275 €	1 288 €	1 301 €	1 314 €	1 327 €	1 340 €	1 354 €	1 367 €	1 381 €	1 395 €	1 409 €	1 423 €	1 437 €		
Seguros																					
Seguro multiriscos	23%	100%		518,15 (anual)	524 €	523 €	529 €	534 €	539 €	545 €	550 €	556 €	561 €	567 €	572 €	578 €	584 €	590 €	596 €		
Total FSE					7 233 €	7 300 €	7 373 €	7 446 €	7 521 €	7 596 €	7 672 €	7 749 €	7 826 €	7 904 €	7 983 €	8 063 €	8 144 €	8 225 €	8 308 €		
Custo Fixos (CF)					4 123,73 €	4 158,91 €	4 200,50 €	4 242,50 €	4 284,93 €	4 327,78 €	4 371,05 €	4 414,76 €	4 458,91 €	4 503,50 €	4 548,54 €	4 594,02 €	4 639,96 €	4 686,36 €	4 733,22 €		
Custos Variáveis (CV)					6 097,02 €	6 158 €	6 220 €	6 282 €	6 345 €	6 408 €	6 408 €	6 537 €	6 602 €	6 668 €	6 735 €	6 802 €	6 870 €	6 939 €	7 008 €		
Apólice		6 €																			
Contabilidade		145 €																			
Seguro do Recheio+Imóvel		518,15 €																			

Fonte: Elaboração Própria

Tabela 20 – Matérias-Primas

Matérias-Primas	IVA	CF	CV	Valor Mensal	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6	N+7	N+8	N+9	N+10	N+11	N+12	N+13	N+14
Produtos Alimentares	23%		100%	194,95 €	2 339 €	2 363 €	2 386 €	2 410 €	2 434 €	2 459 €	2 483 €	2 508 €	2 533 €	2 559 €	2 584 €	2 610 €	2 636 €	2 662 €	2 689 €
Produtos de Limpeza	23%		100%	54,00 €	648 €	654 €	661 €	668 €	674 €	681 €	688 €	695 €	702 €	709 €	716 €	723 €	730 €	737 €	745 €
Total					2 987 €	3 017 €	3 047 €	3 078 €	3 109 €	3 140 €	3 171 €	3 203 €	3 235 €	3 267 €	3 300 €	3 333 €	3 366 €	3 400 €	3 434 €

Fonte: Elaboração Própria

6.7 Depreciações e Amortizações

O cálculo das depreciações e amortizações foi realizado de acordo com as taxas fixadas no Decreto Regulamentar n.º 9 25/2009, de 14 de setembro, agora atualizado para Decreto Regulamentar n.º 4/2015, de 22 de abril intitulado de Regime das Depreciações e Amortizações. Com o método adotado de quotas constantes, tendo as amortizações do exercício N+1 totalizado 10 316,41 € (Tabela 21).

Tabela 21 – Depreciações e Amortizações

Depreciações e Amortizações do Investimento																	
	Taxa	Aquisição	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6	N+7	N+8	N+9	N+10	N+11	N+12	N+13	N+14
Casas (remodelação)	10%	35 796,80 €	3 579,68 €	3 579,68 €	3 579,68 €	3 579,68 €	3 579,68 €	3 579,68 €	3 579,68 €	3 579,68 €	3 579,68 €	3 579,68 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Necessidades básicas de funcionamento (Água, Luz, gás)	10%	17 977,00 €	1 797,70 €	1 797,70 €	1 797,70 €	1 797,70 €	1 797,70 €	1 797,70 €	1 797,70 €	1 797,70 €	1 797,70 €	1 797,70 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Mobiliário	12,5%	15 277,53 €	1 909,69 €	1 909,69 €	1 909,69 €	1 909,69 €	1 909,69 €	1 909,69 €	1 909,69 €	1 909,69 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Material de Escritório	33,3%	811,19 €	270,40 €	270,40 €	270,40 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Segurança e vigilância	25%	806,31 €	201,58 €	201,58 €	201,58 €	201,58 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Equipamento eficiente	10%	630,74 €	63,07 €	63,07 €	63,07 €	63,07 €	63,07 €	63,07 €	63,07 €	63,07 €	63,07 €	63,07 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Ar condicionado	12,5%	795,00 €	99,38 €	99,38 €	99,38 €	99,38 €	99,38 €	99,38 €	99,38 €	99,38 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Ativo Intangível (Projeto, Licenças, ...)	33,3%	7 184,76 €	2 394,92 €	2 394,92 €	2 394,92 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Amortização do Exercício			10 316,41 €	10 316,41 €	10 316,41 €	7 651,10 €	7 449,52 €	7 449,52 €	7 449,52 €	7 449,52 €	5 440,45 €	5 440,45 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Valor Contabilístico		79 279,33 €	68 962,92 €	58 646,50 €	48 330,09 €	40 678,99 €	33 229,47 €	25 779,95 €	18 330,43 €	10 880,91 €	5 440,45 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €

Fonte: Elaboração Própria

6.8 Resultados Previsionais

Os resultados previsionais resumem a capacidade geradora de receitas e custos relativos à atividade prevista no projeto, ao longo do período estipulado para a análise. Desta forma, verifica-se que o resultado líquido do período inicial é negativo nos primeiros oito anos do arranque da atividade. No entanto, verifica-se um crescimento dos rendimentos mais acentuado que os gastos, com o surgimento de um resultado líquido do período positivo a partir do ano N+9 (Tabela 22).

Tabela 22 – Resultados Previsionais

Resultados Previsionais	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6	N+7	N+8	N+9	N+10	N+11	N+12	N+13	N+14
Rendimentos															
Vendas Previsionais	26 135,73 €	27 112,94 €	28 125,91 €	29 176,05 €	30 264,81 €	31 393,68 €	32 564,25 €	33 778,14 €	35 037,05 €	36 342,77 €	37 697,13 €	39 196,52 €	40 750,95 €	42 362,56 €	44 033,57 €
Custos															
Matérias Primas	2 987,40 €	3 017,27 €	3 047,45 €	3 077,92 €	3 108,70 €	3 139,79 €	3 171,19 €	3 202,90 €	3 234,93 €	3 267,28 €	3 299,95 €	3 332,95 €	3 366,28 €	3 399,94 €	3 433,94 €
Fornecimentos e Serviços Externos	7 233,35 €	7 299,62 €	7 372,62 €	7 446,35 €	7 520,81 €	7 596,02 €	7 671,98 €	7 748,70 €	7 826,18 €	7 904,45 €	7 983,49 €	8 063,33 €	8 143,96 €	8 225,40 €	8 307,65 €
Recursos Humanos	17 349,65 €	17 505,05 €	17 662,01 €	17 820,54 €	17 980,65 €	18 142,37 €	18 305,70 €	18 470,67 €	18 637,28 €	18 805,56 €	18 975,53 €	19 147,19 €	19 320,57 €	19 495,69 €	19 672,55 €
Depreciações e Amortizações	10 316,41 €	10 316,41 €	10 316,41 €	7 651,10 €	7 449,52 €	7 449,52 €	7 449,52 €	7 449,52 €	5 440,45 €	5 440,45 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Encargos Financeiros	4 975,00 €	3 980,00 €	2 985,00 €	1 990,00 €	995,00 €										
Total de Custos	42 861,81 €	42 118,36 €	41 383,49 €	37 985,90 €	37 054,68 €	36 327,69 €	36 598,38 €	36 871,78 €	35 138,85 €	35 417,74 €	30 258,97 €	30 543,47 €	30 830,81 €	31 121,03 €	31 414,14 €
Resultados Antes dos Impostos	-16 726,08 €	-15 005,43 €	-13 257,58 €	-8 809,85 €	-6 789,88 €	-4 934,01 €	-4 034,14 €	-3 093,65 €	-101,79 €	925,03 €	7 438,17 €	8 653,05 €	9 920,14 €	11 241,53 €	12 619,43 €
Prejuízos de Anos Anteriores		-16 726,08 €	-31 731,51 €	-44 989,08 €	-53 798,93 €	-60 588,81 €	-65 522,82 €	-69 556,96 €	-72 650,61 €	-72 752,40 €	-71 827,37 €	-64 389,20 €	-55 736,15 €	-45 816,01 €	-34 574,48 €
Imposto do Rendimento do Período	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Resultado Líquido Previsional do Período	-16 726,08 €	-15 005,43 €	-13 257,58 €	-8 809,85 €	-6 789,88 €	-4 934,01 €	-4 034,14 €	-3 093,65 €	-101,79 €	925,03 €	7 438,17 €	8 653,05 €	9 920,14 €	11 241,53 €	12 619,43 €

Fonte: Elaboração Própria

6.9 Avaliação do Projeto

Existem vários critérios que permitem tomar a decisão se deve ser implementado o projeto de investimento ou não. Neste caso, teve-se em conta as medidas de rentabilidade ligadas ao *Cash-flow* (Tabela 23).

Tabela 23 – Cash-Flows Previsionais

Cash Flows Previsionais																
Estimação de Fluxos Financeiros																
Descrição	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6	N+7	N+8	N+9	N+10	N+11	N+12	N+13	N+14
Resultado Líquido Previsional		-16 726,08 €	-15 005,43 €	-13 257,58 €	-8 809,85 €	-6 789,88 €	-4 934,01 €	-4 034,14 €	-3 093,65 €	-101,79 €	925,03 €	7 438,17 €	8 653,05 €	9 920,14 €	11 241,53 €	12 619,43 €
Amortizações do Exercício		10 316,41 €	10 316,41 €	10 316,41 €	7 651,10 €	7 449,52 €	7 449,52 €	7 449,52 €	7 449,52 €	5 440,45 €	5 440,45 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Cash-Flow de Exploração		-6 409,67 €	-4 689,01 €	-2 941,16 €	-1 158,75 €	659,64 €	2 515,51 €	3 415,38 €	4 355,87 €	5 338,66 €	6 365,49 €	7 438,17 €	8 653,05 €	9 920,14 €	11 241,53 €	12 619,43 €
Investimento em Imobilizado	79 279,33 €															
Investimento em Ativo Circulante (NFM)		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Valor Residual do Imobilizado																187 677,15 €
Valor Residual do Ativo Circulante (NFM)		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Cash-Flow Global	-79 279,33 €	-6 409,67 €	-4 689,01 €	-2 941,16 €	-1 158,75 €	659,64 €	2 515,51 €	3 415,38 €	4 355,87 €	5 338,66 €	6 365,49 €	7 438,17 €	8 653,05 €	9 920,14 €	11 241,53 €	200 296,58 €

Fonte: Elaboração Própria

Após previsão para os valores do resultado líquido do exercício e amortizações, a soma destes dois resulta no *cash-flow* de exploração. É igualmente necessário ter em conta o investimento inicial em imobilizado do projeto que representa um *cashoutflow*.

A tabela seguinte apresenta o *free cash-flow* atualizado pelo custo médio ponderado do capital e o VAL e TIR (Tabela 24).

Tabela 24 – Avaliação do Projeto

Avaliação do Projeto																
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Descrição	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6	N+7	N+8	N+9	N+10	N+11	N+12	N+13	N+14
Custo Médio Ponderado do Capital		6,72%														
Cash-Flow Global (CFG)	-79 279,33 €	-6 409,67 €	-4 689,01 €	-2 941,16 €	-1 158,75 €	659,64 €	2 515,51 €	3 415,38 €	4 355,87 €	5 338,66 €	6 365,49 €	7 438,17 €	8 653,05 €	9 920,14 €	11 241,53 €	200 296,58 €
Cash-Flow Global Atualizado	-79 279,33 €	-6 005,83 €	-4 116,77 €	-2 419,54 €	-893,19 €	476,43 €	1 702,37 €	2 165,73 €	2 588,08 €	2 972,17 €	3 320,55 €	3 635,65 €	3 963,00 €	4 257,06 €	4 520,18 €	75 464,29 €
CFG Atualizado Acumulado		-85 285,16 €	-89 401,94 €	-91 821,48 €	-92 714,66 €	-92 238,23 €	-90 535,87 €	-88 370,14 €	-85 782,05 €	-82 809,89 €	-79 489,34 €	-75 853,68 €	-71 890,68 €	-67 633,62 €	-63 113,44 €	12 350,85 €
Valor Atualizado Líquido (VAL)	12 350,85 €															12 350,85 €
Taxa Interna de Rentabilidade (TIR)	7,72%															7,72%

Fonte: Elaboração Própria

Prevê-se que o projeto tenha um valor atualizado líquido (VAL) positivo 12 350,85 €, o que significa que o projeto é viável económico-financeiramente (tendo por base os pressupostos assumidos), e consequentemente que a decisão a tomar, segundo este critério, é de investir.

No que respeita ao critério de taxa interna de rentabilidade (TIR), verifica-se que o capital investido irá render uma taxa de 7,72%, o que significa que o custo de capital utilizado no cálculo VAL é inferior à TIR e portanto, deve ser tomada a decisão de investimento. Finalmente o investimento será recuperado no décimo quarto ano de atividade.

Capítulo VII – Conclusões, Limitações e Sugestões Para Futuras Investigações

O desenvolvimento do projeto de Turismo rural consistiu no aproveitamento de um conjunto de ativos culturais e naturais endógenos para criação de um empreendimento de turismo rural. Este empreendimento estará inserido no Trilho das Levadas, localizado junto ao Rio Marnel, na Vila de Valongo do Vouga, pertencente ao concelho de Águeda.

A concretização deste projeto permitirá a recuperação dos ativos culturais e em simultâneo o desenvolvimento de uma atividade económica que contribuirá para a diversificação da oferta turística deste território e para um aumento dos potenciais benefícios que o turismo proporciona em áreas rurais.

A estrutura do projeto não segue uma lógica tradicional e para dar resposta aos objetivos propostos nesta investigação foram utilizadas várias fontes de informação e também vários métodos, em termos de análise e de recolha de dados.

Inicialmente, foi realizado um estágio curricular no empreendimento turístico Vougaldeias, onde foi possível, através da observação participante, ficar a conhecer as diferentes fases de desenvolvimento de um projeto de turismo rural, bem como a gestão de empreendimentos desta natureza. Através deste estágio foi possível identificar os meios de comunicação e reservas mais importantes, nomeadamente, as redes sociais e plataformas de reserva como o booking. Para além desta análise, foi possível a organização e desenvolvimento de atividades, campanhas de promoção e análise da concorrência em termos de melhoria de equipamentos e serviços, igualmente importantes para o projeto na definição de equipamentos e serviços para além das estratégias de gestão a implementar futuramente.

A informação obtida no estágio foi complementada com a análise de outros projetos de turismo rural, dados estatísticos e entrevistas exploratórias a agentes da oferta turística e a um grupo de potenciais consumidores. A informação recolhida permitiu realizar uma análise de diagnóstico em termos de potencial procura, concorrência e regulamentação para caracterização do produto do projeto, procura, comunicação, concorrência, preço, potenciais fontes de financiamento e viabilidade económica.

Quanto aos resultados obtidos com a metodologia aplicada, estes permitem também clarificar a importância da implementação do projeto. Através do descontentamento com falta de estabelecimentos atrativos pelos entrevistados e número reduzido de estabelecimentos de turismo rural, de acordo com os dados estatísticos do INE, que demonstra a baixa taxa de ocupação-cama no concelho de Águeda. A acrescentar, a falta de atividades ao longo do ano, referida pelos potenciais consumidores e agentes de oferta turística, marcam a sazonalidade do concelho e tornam oportuna a realização do projeto para uma maior atratividade e captação de clientes.

O perfil dos consumidores é importante para adequar a oferta à procura. O resultado da análise feita para definição da procura potencial define-se por indivíduos a partir dos 20 anos de idade, com estabilidade financeira e veículo próprio.

Por fim, os principais concorrentes de Águeda não têm grande expressão relativamente aos principais concorrentes de Sever do Vouga, uma vez que apresenta um maior número de estabelecimentos turísticos em espaço rural. Em comparação, os preços praticados pelos estabelecimentos da concorrência apresentam valores e características semelhantes, o que facilitou a definição de preços do projeto, embora nem todas apresentem preços diferenciados mediante a época alta e baixa.

Para realizar a afetação de recursos do projeto de investimento foi necessário um parecer quanto à fonte de financiamento mais indicada para uma possível candidatura. Da reunião realizada com a ADICES, considerou-se o SI2E, que financia as despesas de investimento a 40%. Como tal, foi necessário também fazer uma simulação de empréstimo bancário para cobrir a totalidade do investimento, para além do capital próprio.

Os restantes valores para a análise económico-financeira foram obtidos através do pedido de orçamentos e pesquisa na internet.

Em conclusão, a análise económico-financeira realizada apresenta um resultado líquido positivo de 925,03 €, no N+9 (nono ano de atividade). De acordo com os indicadores de avaliação e decisão de investimento utilizado, verifica-se que o valor atualizado líquido do projeto é positivo e igual a 12 350,85 €, a taxa interna de rentabilidade é de 7,75%. Desta forma, conclui-se que o projeto tem viabilidade económico-financeira.

Dado que os resultados anteriores são assentes em vários pressupostos, uma alteração da taxa de ocupação, valores praticados ou custos, por exemplo, podem influenciar positiva ou negativamente a avaliação do projeto.

Alguns dados estatísticos considerados mais recentes no INE são do ano de 2015 para a Região Centro e concelho de Águeda, no caso, do número de estabelecimentos e capacidade, entres outras. Apesar disso, o projeto foi desenhado com aproximação nítida com a realidade local. Em termos de limitações, a falta de dados estatísticos (taxa de ocupação, procura e oferta e perfil dos turistas de unidades de turismo no espaço rural), listas de agentes turísticos de oferta e falta de comunicação e promoção das atividades de turismo rural no concelho de Águeda seriam relevantes para uma melhor definição das receitas. Em termos de definição dos preços a praticar, também se verifica alguma discrepância com os preços praticados pelos principais concorrentes de Águeda e Sever do Vouga, para além de não se ter tido em conta a questão da sazonalidade, devido à falta de dados relativamente às taxas de ocupação de acordo com a época alta e baixa.

A questão dos orçamentos, custos e receitas é também variável. De modo, que o investimento e rendimentos poderiam obter outras proporções. Neste sentido, podem-se obter conclusões diferentes dependendo do investigador, ou seja, cada análise financeira tem pressupostos, esses pressupostos são delineados pelo investigador, assim como os dados do investimento mediante a recolha de valores, entre outros.

Para uma melhor análise, fundamento do projeto e possível captação de clientes, sugere-se a realização de um inquérito por questionário com uma abordagem ao perfil dos clientes, hábitos e comportamentos, assim como os preços que estão dispostos a pagar, entre outras.

Por fim, é necessário ter em conta as possíveis alterações de legislação assim como o aparecimento de novos financiamentos/incentivos e conjugar quais os mais favoráveis à implementação do projeto.

Referências Bibliográficas

- Araújo, F. (2011). *Novos produtos turísticos em meio rural: O caso de Linhares da Beira*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Aref, F. & Gill, S. (2009). Rural Tourism development through rural cooperatives. *Nature and Science*, 7(10), 68 -73
- Banco de Portugal (2017). *Projeções para a economia portuguesa: 2017- 2019*. Acedido em 29 de novembro de 2017, em https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/pdf-boletim/projecoes_mar17_pt.pdf
- Barros, C. (2007). *Avaliação financeira de projectos de investimento*. Lisboa: Escolar Editora.
- Barros, V. (2000). O mundo rural enquanto matriz fundamental do desenvolvimento sustentável. *GeoInova* (1). Ministério da Agricultura do Desenvolvimento Rural e das Pescas. Lisboa
- Barton, J. & Pretty, J. (2010). What is the best dose of nature and green exercise for improving mental health? A multi-study analysis. *Environmental Science & Technology*, 44 (10), 3947–3955
- Berman, G., Jonides, J., & Kaplan, S. (2008). The cognitive benefits of interacting with nature. *Psychological Science*, 19 (12)
- Bohlin, M., Brandt, D. & Elbe, J., (2016). Tourism as a vehicle for regional development in peripheral areas – myth or reality? A longitudinal case study of Swedish regions. *European Planning Studies*, 24 (10), 1788-1805
- Breda, Z. & Costa, C. (2010). O turismo enquanto agente de transformação sócio espacial. *Turismo & Desenvolvimento*, 1 (13-14), 27-39
- Budowski, G. (1976). Tourism and environmental conservation: Conflict, coexistence, or symbiosis? *Environmental Conservation*, 3 (01), 27 - 31
- Butler, R. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1 (1), 7-25
- Câmara Municipal de Águeda. (2009). *Plano Diretor Municipal de Águeda – Estudos setoriais – Economia e Indústria*. Acedido em 5 de março de 2017, em https://www.cm-agueda.pt/uploads/document/file/1236/9_Economia_Industria.pdf
- Câmara Municipal de Águeda. (2009a). *Plano Diretor Municipal de Águeda - Estudos setoriais – Biofísico*. Acedido em 5 de março de 2017, em https://www.cm-agueda.pt/uploads/document/file/1228/3_Biofisico.pdf

Câmara Municipal de Águeda. (2009b). *Plano Diretor Municipal de Águeda - Estudos setoriais: Infraestruturas e Transportes*. Acedido em 5 de março de 2017, em https://www.cm-agueda.pt/uploads/document/file/1237/10_Infraestruturas_Transportes.pdf

Câmara Municipal de Águeda. (2009c). *Plano Diretor Municipal de Águeda - Estudos setoriais: Turismo*. Acedido em 5 de março de 2017, em https://www.cm-agueda.pt/uploads/document/file/1250/14_Turismo.pdf

Câmara Municipal de Águeda. (2009d). *Plano Diretor Municipal de Águeda – Estudos setoriais: História e Património*. Acedido em 5 de março de 2017, em https://www.cm-agueda.pt/uploads/document/file/1246/12_Historia_Patrimonio.pdf

Câmara Municipal de Águeda. (2017). *Freguesias*. Acedido em 5 de março de 2017, em <https://www.cm-agueda.pt/pages/83#.Vls7tXbhDIW>

Campbell, R. & Gedye, N. (2013). Cumulative impact of resource developments on the socio economics of Gloucester LGA. *Economists at Large*. Melbourne, Australia: Report for Gloucester Shire Council.

Cavaco, C. (1993). O mundo rural em Portugal. In: *O Programa de Desenvolvimento Regional e o mundo rural*, 91 – 109. Lisboa: MPAT / MA.

Cavaco, C. (1995). Rural tourism: the creation of new tourist spaces. In Montanari, A. & Williams, A. (eds), *European Tourism: Regions, Spaces and Restructuring*, 127 – 150. Wiley.

Cavaco, C. (1999). O mundo rural português: Desafios e futuros. In *Desenvolvimento Rural – Desafios e utopia, Estudos para o planeamento regional e urbano*, (50), 135 -148. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos.

Cavaco, C. (2006). O turismo e as novas dinâmicas territoriais. In Medeiros, C.(Ed.), *Geografia de Portugal*, 3, 367 – 427. Lisboa: Círculo de Leitores.

Clark, M., Riley, M., Wilkie, E. & Wood, R. (1998). *Researching and writing dissertations in hospitality and tourism*. Londres: International Thomson Business Press.

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. (1993). *Tourism: Principles and practice*. 4.^a Edição. Harlow, England: Prentice Hall Financial Times.

Cooper, C., Flethcher, J., Wanhill, S., Gilbert, D., & Shepherd, R. (2001). *Turismo: Princípios e prática*. R. Costa, Trad. 2.^a edição. Porto Alegre: Editora Bookman.

Costa, C. (1996). *Towards the improvement of the efficiency and effectiveness of Tourism planning and development at the Regional level. Planning, organizations and networks. The Case of Portugal*. Tese de doutoramento, University of Surrey, Surrey.

Centre for Responsible Tourism. (2015). *The case for responsible travel: Trends & statistics 2015*. CREST – Transforming the way the world travels. Acedido em 20 de junho de 2017 em:

http://www.responsibletravel.org/resources/documents/2015%20Trends%20&%20Statistics_Final.pdf

Cunha, L. (2003). *Perspectivas e tendências do turismo*. Lisboa, Portugal: Edições Universitárias Lusófonas.

Das, M. & Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament? *Tourism Management Perspectives*, 14, 3–16.

Diário de Notícias. (2012). *Famílias gastaram em média 20 euros mensais com água*. Acedido em 29 de novembro de 2017, em <https://www.dn.pt/portugal/interior/familias-gastaram-em-media-20-euros-mensais-com-agua-2791770.html>

Decreto-lei n.º 15 de 23 de janeiro (2014). *Tipologias de empreendimentos turísticos*. Ministério da Economia. pp. 480 – 505. Acedido a 23 de novembro de 2017, em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/dvo/empreendimento-s-turisticos/Documents/tipologias-empreendimentos-turisticos-out-2014.pdf>

Decreto-lei n.º 186 de 3 de setembro (2015). *Programa Nacional de Turismo de Natureza*. Ministério da Economia. Diário da República, 1ª série – N.º 172 – 3 de setembro de 2015. Acedido a 23 de novembro de 2017, em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/newsletter/2015/Pages/EmpreendimentosTuristicoseAtividadesdeAnimacaoTuristicaalteracoesalegislacao.aspx>

Direcção-Geral da Agricultura e Desenvolvimento Rural. (2015). *Fator de desenvolvimento rural*. Acedido a 20 de junho de 2017, em www.dgadr.gov.pt/diversificacao/turismo-rural/fator-de-desenvolvimento-rural

Dias, D., Pinho, J. & Rodrigues, C. (2010). Espaço rural: análise integrada multissetorial e pluridimensional no território. *Turismo & Desenvolvimento*, 2 (13-14), 499-511.

Dong, E., Wang, Y., Morais, D. & Brooks, D., (2013). Segmenting the rural tourism market: The case of Potter County, Pennsylvania, USA. *Journal of Vacation Marketing*, 19 (2), 181 - 193

Estima, A. (2003). *De UALLE LONGUM a VALONGO do VOUGA – Subsídios monográficos*. Águeda: Patrocinada pela Casa do Povo de Valongo do Vouga.

ETB (1988). *Visitors in countryside: A development strategy*. London: English Tourist Board.

Eusébio, A., Castro, E., & Costa, C. (2008). Diversidade no mercado turístico da Região Centro de Portugal. *Turismo & Desenvolvimento*, 10, 9-24

- Eusébio, C., Kastenholz, E. & Breda, Z. (2014). Tourism and sustainable development of rural destinations: A stakeholders' view. *Portuguesa dos Estudos Regionais*, (36), 2.º Quadrimestre.
- Fesenmaier, J., Fesenmaier, D. & van Es, J. (1995). The nature of Tourism Jobs in Illinois: Draft report. Urbana Champaign: University of Illinois, Laboratory for Community and Economic Development.
- Figueiredo, E. (1999). Ambiente rural: A utopia dos urbanos. In Cavaco, C. (Coord.), *Desenvolvimento Rural: Desafio e Utopia*, 263-280. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.
- Figueiredo, E. (2009). One rural, two visions - environmental issues and images on rural areas in Portugal. *Journal of European Countryside*, 1(1), 9-21.
- Figueiredo, E. (2011). Um rural cheio de futuros? In Figueiredo, E. (Coord.), *Rural Plural – Olhar o Presente, Imaginar o Futuro*, 13-46. Castro-Verde: 100 Luz.
- Fleischer, A. & Felsenstein, D. (2000). Support for rural tourism: Does it make a difference? *Annals of Tourism Research*, 27 (4), 1007-1024
- Fleischer, A., & Pizam, A. (1997). Rural tourism in Israel. *Tourism Management*, 18 (6), 367-372.
- Felsenstein, D. (2000). Support for rural tourism: Does it make a difference? *Annals of Tourism Research*, 27 (4), 1007-1024.
- Frochot, I. (2005). A benefit segmentation of tourists in rural areas: a Scottish perspective. *Tourism management*, 26, 335 – 346.
- Gilmore, J. & Pine, J. (2007). Authenticity: What consumers really want? Boston: Harvard Business School Press. Acedido a 22 de setembro de 2017, em <https://books.google.com/books?hl=pt-PT&lr=&id=VpTSBgAAQBAJ&pgis=1>
- Gannon, A. (1994). Rural tourism as a factor in rural community economic development for economies in transition. *Journal of Sustainable Tourism*, 2 (1/2), 51-60.
- Getz, D. (1998). Event tourism and the authenticity dilemma. In Theobald, W. (Ed.), *Global tourism*, 2ª edição, 409–427. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Gunn, A. (1988). *Tourism planning*. 2ª edição. New York: Taylor and Francis.
- Han, H., Hsu, L. & Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325–334
- Hartig, T., Korpela, K., Evans, G. & Gärling, T. (1997). A measure of restorative quality in environments. *Scandinavian Housing and Planning Research*, 14 (4), 175–194.

Hidrografia do Baixo Vouga (1986). Hidrografia do Baixo Vouga (Rio Marnel). In Direcção-Geral dos Recursos Hídricos e Aproveitamentos Hidráulicos, *Monografias Hidrológicas dos Principais Cursos de água em Portugal continental*, 215.

Hoggart, K., Buller, H. & Black, R. (1995). *Rural Europe: Identify and change*. Londres: Arnold.

Huberman, A. & Miles, M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An expanded sourcebook*. 2ª edição. CA: Sage Publications.

Ilbery, B., Oliver, T., Clark, G. & Saxena, G. (2007). Conceptualizing integrated rural Tourism. *Tourism Geographies*, 9 (4), 347 – 370.

Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An integrated and sustainable development approach*. Nova Iorque: Van Nostrand Reinhold.

Inskeep, E. (1993). *National and Regional Planning - Methodologies and Case Studies*. Madrid/London: WTO, Routledge.

Instituto de Estudos Sociais e Económicos (IESE). (2008). *Estudo de caracterização do Turismo no espaço rural e do Turismo de natureza em Portugal*. Versão Resumida. Acedido a 20 de novembro de 2017, em https://www.animar-dl.pt/documentos/64/PDFs/139/Estudo_ter_v_net.pdf

Instituto Nacional de Estatística [INE]. (2014). *Anuário Estatístico da Região Centro-2013*. INE, I.P. Edição 2014. Acedido a 22 de novembro de 2017, em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=223543746&PUBLICACOESmodo=2

Instituto Nacional de Estatística [INE]. (2015). *Anuário Estatístico da Região Centro – 2014*. INE, I.P. Edição 2015. Acedido a 22 de novembro de 2017, em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=224764684&PUBLICACOESmodo=2

Instituto Nacional de Estatística [INE]. (2016). *Anuário Estatístico da Região Centro – 2015*. INE, I.P. Edição 2016. Acedido a 22 de novembro de 2017, em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=277104685&PUBLICACOESmodo=2

Instituto Nacional de Estatística [INE]. (2017). *Estatísticas do Turismo 2016 – Statistics Portugal*. INE, I.P. Edição 2017.

Jenkins, J., Hall, M., & Troughton, M. (1998). The restructuring of rural economies: Rural tourism and recreation as a government response. In Butler, R., Hall, C. & Jenkins, J. (eds), *Tourism and Recreation in Rural Areas*, 43-67. Chichester: John Wiley.

Jesus, C. & Franco, M. (2016). Cooperation networks in tourism: A study of hotels and rural tourism establishments in an inland region of Portugal. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29, 165 – 175.

Job, H. & Paesler, F. (2013). Links between nature-based tourism, protected areas, poverty alleviation and crises -The example of Wasini Island (Kenya). *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 1-2, 18–28.

Junta de Freguesia de Valongo do Vouga. (2017). *Geografia da freguesia*, acedido a 25 de março de 2017, em <http://www.jf-valongodovouga.pt/freguesia/geografia>

Kastenholz, E. (2004). Management of demand' as a Tool in sustainable Tourist Destination Development. *Journal of sustainable Tourism*, 12 (5), 388 – 408.

Kastenholz, E. (2005). Analysing determinants of visitor spending for the rural tourist market in North Portugal. *Tourism Economics*, 11 (4), 555 – 569.

Kastenholz, E. (2010). Cultural proximity as a determinant of destination image. *Journal of Vacation Marketing*, pp. 313; 316 e 317.

Kastenholz, E. (2013). Turismo rural – Perspectivas e desafios. *Turismo & Desenvolvimento*, 1(20), 69 – 79.

Kastenholz, E., Davis, D. & Paul, G. (1999). Segmenting Tourism in Rural Areas: The Case of North and Central Portugal. *Journal of Travel Research*, 37 (4), 353–363.

Kastenholz, E., & Sparrer, M. (2009). Rural Dimensions of the Commercial Home. In Lynch, P., MacIntosh, A. & Tucker, H. (Eds.), *Commercial Homes in Tourism: An international perspective*, 138-149. London: Routledge.

Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Eusébio, C. & Figueiredo, E. (2013). Host–guest relationships in rural tourism: evidence from two Portuguese villages. *Anatolia*, 24 (3), 367–380.

Kieselbach, S. & Long, P. (1990). Tourism and the rural revitalization movement. *Parks and Recreation*, 25 (3), 62 – 66.

Khan, M. (1997). Tourism development and dependency theory: mass tourism vs. Ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 988–991.

Kotler, P. (2015). *As minhas aventuras no marketing*. 1ª Edição. Lisboa: Gestão plus Edições.

Kuo, F. & Sullivan, C. (2001). Environment and crime in the inner city - Does vegetation reduce crime? *Environment and Behaviour*, 33 (3), 343–367.

- Lai P., Saunders, A. & Grimstad, S. (2016). Operating small tourism firms in rural destinations: A social representations approach to examining how small tourism firms cope with non-tourism induced changes. *Tourism management*, 58, 164-174.
- Lakatos, E. & Marconi, M. (1996). *Técnicas de pesquisa*. 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas.
- Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2 (1), 7 – 21.
- Luís, E. (2002). Turismo no espaço rural em Portugal. *GeoINova*, 5, 139–152.
- Lullof, E., Bridger, J., Graefe, A., Saylor, M., Martin, K. & Gitelson (1994). Assessing Rural Tourism efforts in the United States. *Annals of Tourism Research*, 21 (1), 46 – 64.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. Harlow: Longman.
- Middleton, V. (1988). *Marketing in travel and Tourism*. 3ª edição. Oxford: Heinemann.
- Moniz, I. (2006). *A Sustentabilidade do turismo em ilhas de pequena dimensão: o caso dos Açores*. Dissertação de doutoramento, Universidade dos Açores, Ponta Delgada.
- Moreira, F. (1994). *O Turismo em espaço rural: enquadramento e expressão geográfica no território português*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos.
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico [OCDE] (1993). *What future for our countryside? - A rural development policy*. Paris:OCDE.
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico[OCDE] (1994). *Tourism policy and international Tourism*. In OCDE (1991-1992). Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Pardal, L. & Correia, E. (1995). *Métodos e técnicas de investigação social*. 1ª Edição. Porto: Areal Editores.
- Patmore, A. (1983). *Recreation and Resources*. Oxford: Blackwell.
- Pérez Pereiro, X. (2009). Turismo Cultural – Uma visão antropológica. Tenerife: Pasos. E-book disponível em www.pasosonline.org. Acedido a 23 de maio de 2017, em <http://repositorio.utad.pt/bitstream/10348/4613/1/livro%20tc%20xerardo.pdf>
- Pigram, J. (1980). Environmental implications of tourism development. *Annals of Tourism Research*, 7 (4), 554 – 83.
- Plano Diretor Municipal de Águeda. (2017). *Construções existentes em área florestal*. Diário da República - 2ª série - Nº 44. Acedido a 24 de setembro de 2017, em https://www.cm-agueda.pt/pages/81#.WjbgZd9l_IU

Poon, A. (1994). The 'new tourism' revolution. *Tourism Management*, 15 (2), 91–92.

Portal Nacional dos Municípios e Freguesias. (2017). *Valongo do Vouga*. Acedido em 20 de novembro de 2017, em http://municipiosefreguesias.pt/mobile/index.php?id_junta=332&valongo-do-vouga.

Porter, M. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analysing industries and competitors: with a new introduction, vol. 1*. New York: The Free Press.

Quivy, R. & Campenhoudt, V. (1998). *Manual de investigação em ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Ribeiro, M. (2003). Espaços rurais como espaços turísticos. In Portela, J. & Caldas, J. (Eds.). *Portugal Chão*, 199-215. Oeiras: Celta Editora.

Ribeiro, M. & Marques, C. (2002). Rural tourism and the development of less favoured areas – between rhetoric and practice. *International Journal of Tourism Research*, 4 (3), 211-220.

Roberts, L. & Hall, D. (2001). *Rural tourism and recreation principles to practice*. Wallingford: CAB International.

Rodrigues, Á., & Kastenholtz, E. (2010). Sentir a Natureza – passeios pedestres como elementos centrais de uma experiência turística. *RTD/ Journal of Tourism and Development*, 13/14 (2), 719-728.

Rodrigues, Á., Kastenholtz, E., & Morais, D. (2011). O Papel da Nostalgia para o Turista Norte Americano no Espaço Rural Europeu. In Figueiredo, E., Kastenholtz, E., Eusébio, M., Gomes, M., Carneiro, M., Batista, P. & Valente, S. (Coords.), *O Rural Plural - Olhar o Presente, Imaginar o Futuro*, 231-244. Castro Verde: 100 Luz Editora.

Romeril, M. (1985). Tourism and conservation in the channel Islands. *Tourism Management*, 6, 43 – 49.

Ruschmann, D. (1996). *Turismo e planeamento Sustentável – a proteção do meio ambiente*. 8ª edição. Campinas: Papirus Editora.

Saeter, J. (1998). The significance of tourism and economic development in rural areas: A Norwegian case study. In Butler, R., Hall, C. & Jenkins, J. (eds), *Tourism and Recreation in Rural Areas*, 235-245. Chichester: John Wiley.

Schmitt, B., Lofredi, P., Berriet-Sollicec, M. & Lepicier, D. (2004). *Impact evaluation of the EU programme for rural development in Burgundy: Correcting for selection Bias*. France, Dijon: CESÆR (UMR INRA-ENESAD).

Sharpley, R. (1996). *Tourism and leisure in countryside*. 2ª edição. Huntington, CA: ELM Publications.

Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 23, (3), 233 - 244

Sharpley, R. & Roberts, L. (2004). Rural tourism — 10 years on international. *Journal of Tourism Research*, 6 (3), 119–124

Sharpley, R. & Southgate, C. (2002). Tourism, development and environment. In Sharpley, R. & Telfer, D. (eds), *Tourism and development: Concept and Issues. Channel view publication*, 62 – 100. Clevedon.

Sharpley, T. & Vass, A. (2006). Tourism, farming and diversification: An attitudinal study. *Tourism Management*, 27 (5), 1040 – 1052.

Silva, L. (2009). *Casas no campo*. Etnografia do Turismo Rural em Portugal. Lisboa: ICS. Acedido a 24 de setembro de 2017, em http://www.researchgate.net/publication/257137807_Casas_no_Campo._Etnografia_do_Turismo_Rural_em_Portugal

Silva, L. (2007). A procura do Turismo em espaço rural. *Etnográfica do Centro de Estudos de Antropologia Social*, 11(1), 141-163.

Silva, L. (2006). *O Turismo em espaço rural: Um estudo da oferta e dos promotores*. CIES e-Working paper nº. 16/2006. Lisboa. Acedido a 22 de maio de 2017, em <http://cies.iscte-iul.pt/wp.jsp>

Carvalho, P. & Silva, S. (2010). *Programas e sistemas de incentivos europeus com incidência na atividade turística em espaço rural. O exemplo do PRIME (Portugal, 2000-2006)*. Atas do IV Congresso de Estudos Rurais *Mundos Rurais em Portugal – Múltiplos Olhares, Múltiplos Futuros*. Universidade de Aveiro, 16. (edição online).

Simões, A. (2003). *Redes na gestão dos destinos turísticos rurais: Linhares da Beira*. Dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.

Soares, I., Couto, J., Moreira, J. & Pinho C. (2015). *Decisões de Investimento – Análise financeira de projetos*. 4ª Edição. Edições Sílabo

Smith, M. (1989). *Behind the Glitter: The impact of Tourism on rural Women in the southeast*. Lexington, KY: Southeast Women's Employment Coalition.

Terras do Marnel (2011). *Terras do Marnel - Blogspot*. Acedido a 20 de novembro de 2017, em https://terrasdomarnel.blogspot.pt/2011/11/ponte-do-rio-vouga_14.html

Thibal, S. (1988). *Rural Tourism in Europe*. Artigo apresentado no Council of Europe. Strasbourg.

Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. 2ª edição. London: Sage.

Vougaldeias (2017). *Empreendimentos Turísticos em espaço rural*. Acedido a 18 de fevereiro de 2017, em http://www.vougaldeias.com/pt_pt/index

Walford, N. (2001). Patterns of development in tourist accommodation enterprises on farms in England and Wales. *Applied Geography*, 21(4), 331–345.

Williams, A. & Shaw, G. (1998). *Tourism and Economic development: European experience*. 3ª edição. Chichester: Wiley.

Willis, C. (2015). The contribution of cultural ecosystem services to understanding the tourism–nature–wellbeing nexus. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 10, 38–43.

Wilson, S., Fesenmaier, D., Fesenmaier, J. & Van Es, J. (2001). Factors for success in rural Tourism development. *Journal of Travel Research*, 40, 132-138.

Wikipédia (2017). *Valongo do Vouga*. Acedido em 20 de novembro de 2017, em https://pt.wikipedia.org/wiki/Valongo_do_Vouga

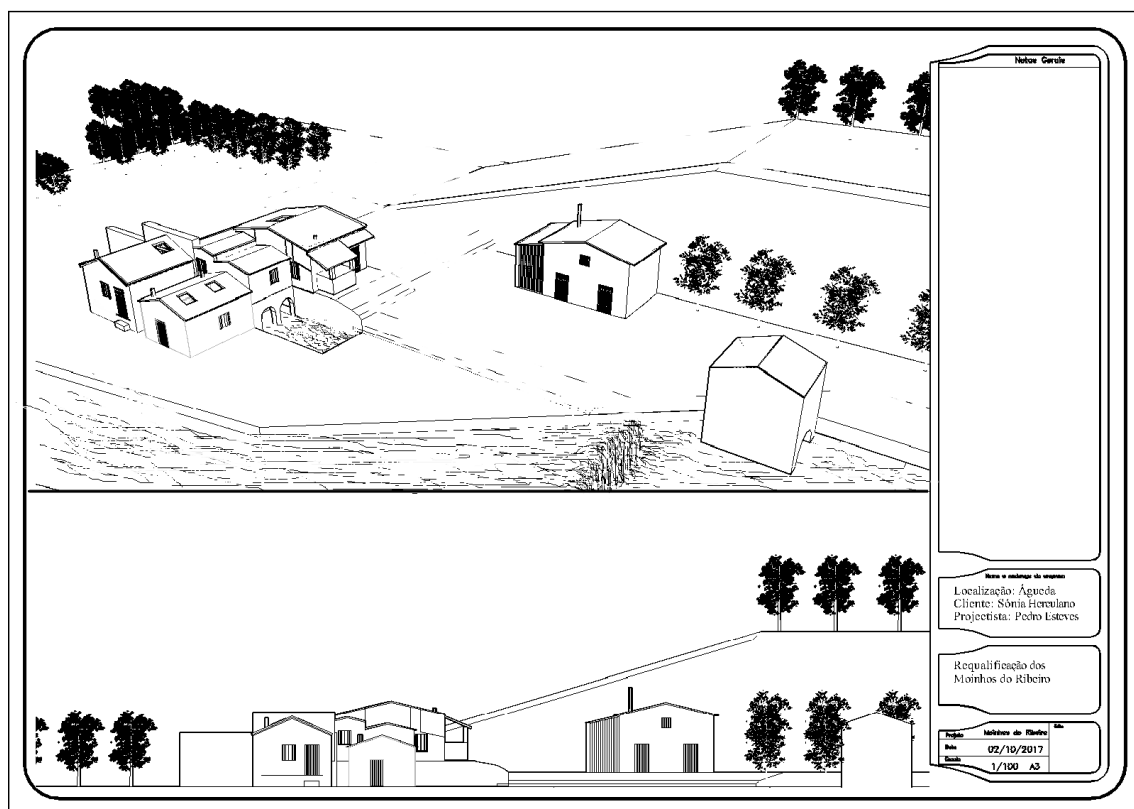
Winer, R. & Lehmann, D. (2005). *Product management*. 4.ª Edição. Chicago: Mc Graw Hill.

Woods, M. (2005). *Rural geography, Processes, responses and experiences in rural restructuring*. London: Sage Publications, Ltd.

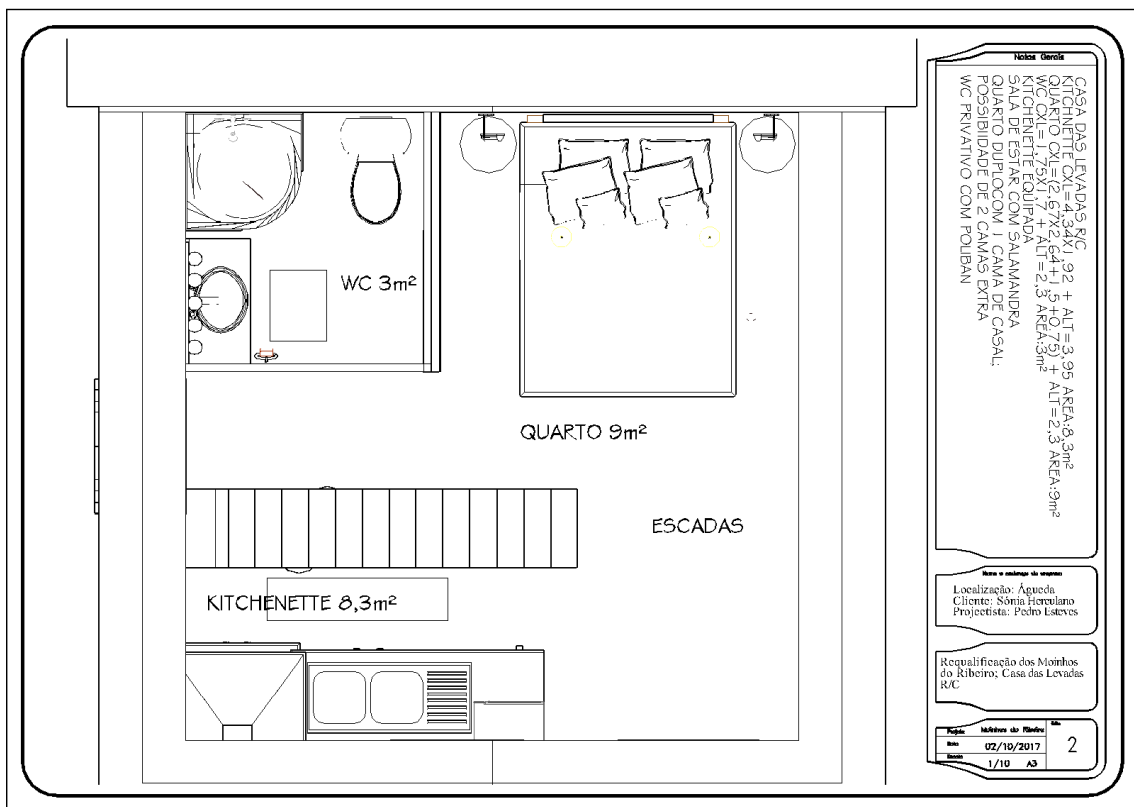
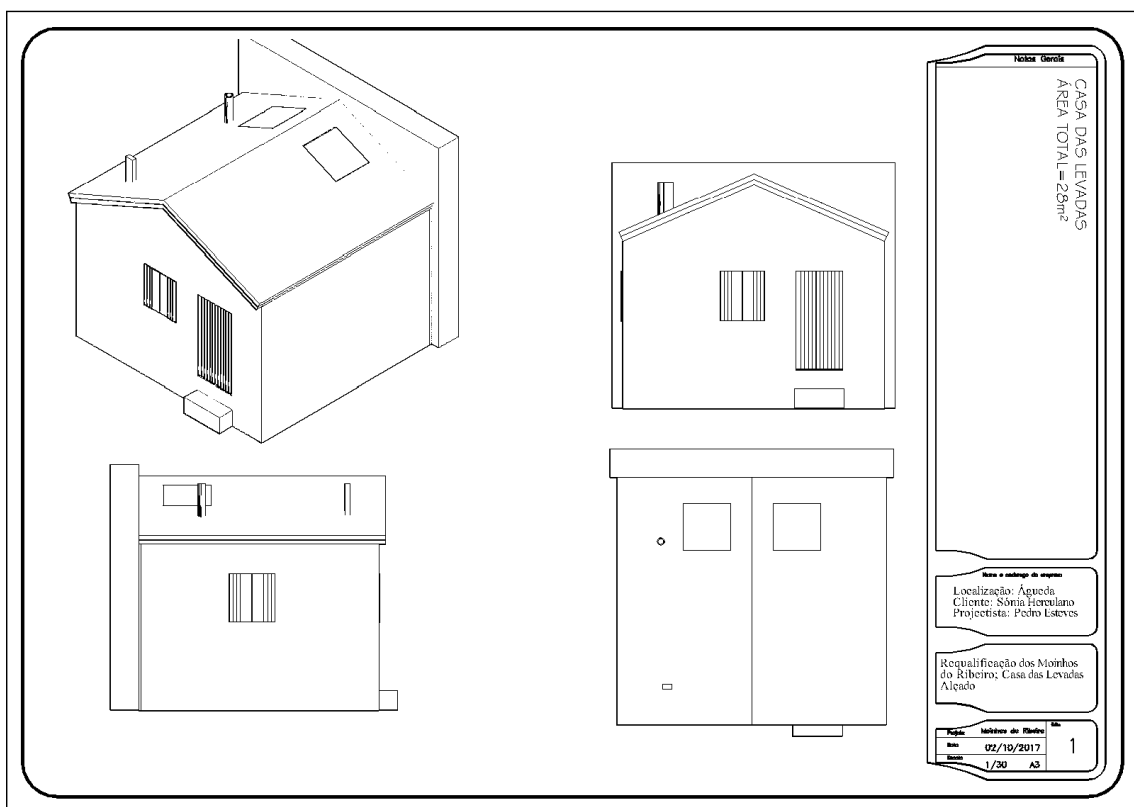
Anexos

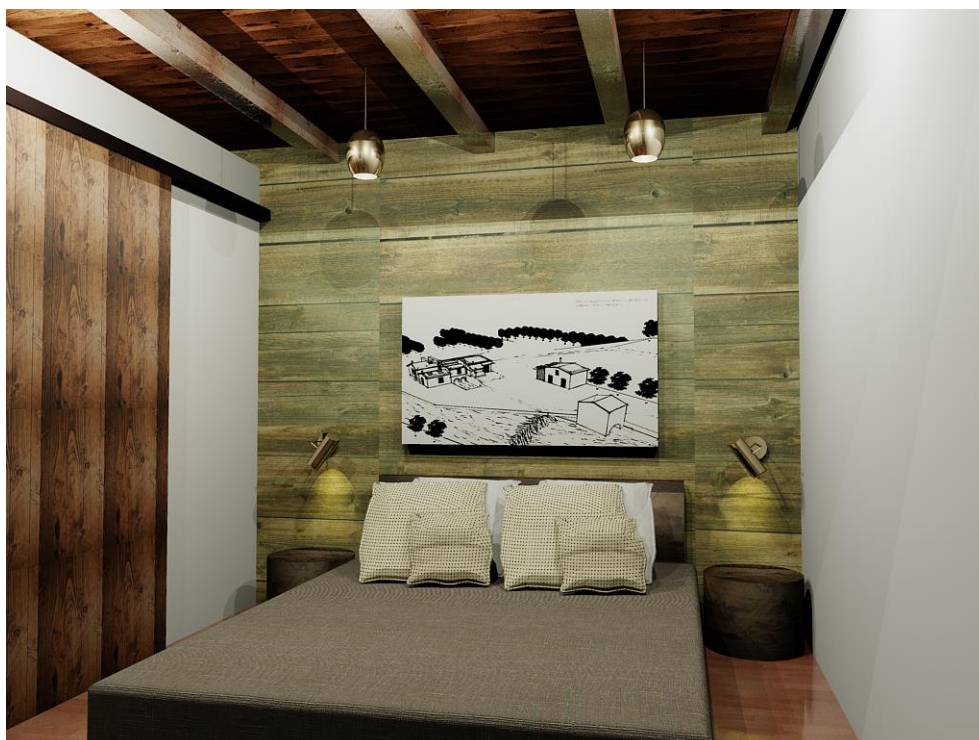
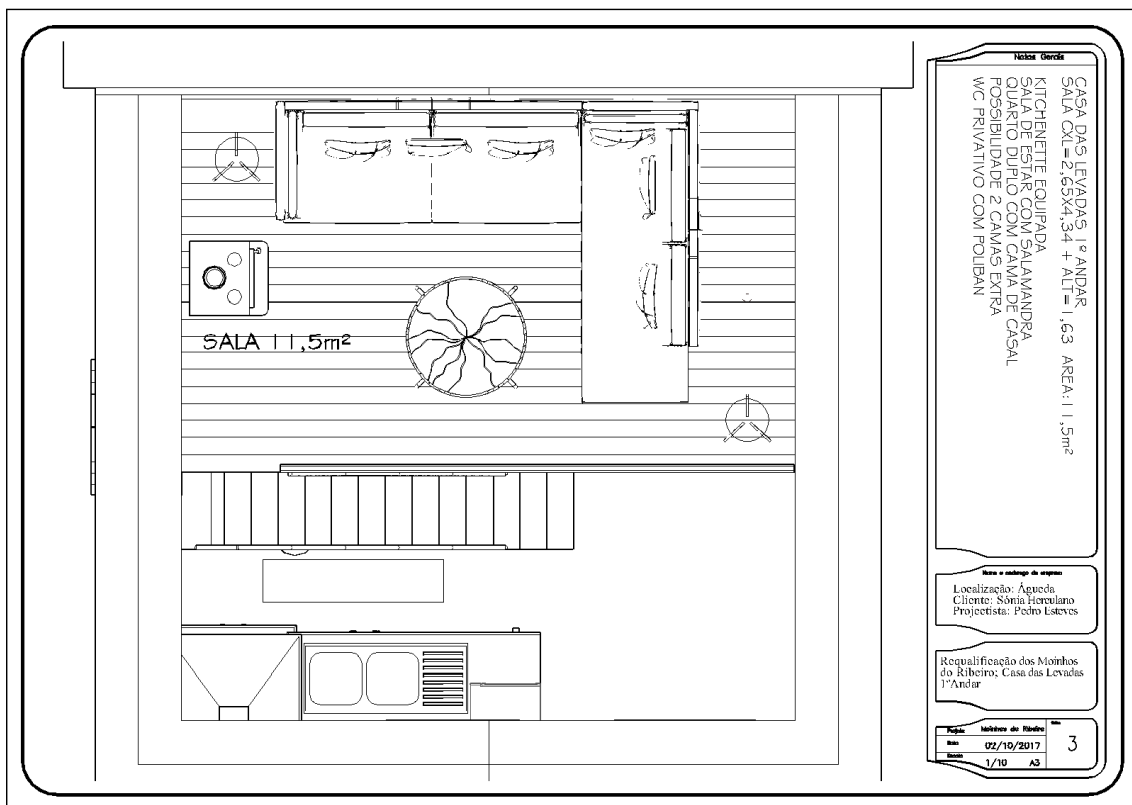
Anexo 1 – Plantas das casas dos Moinhos do Ribeiro e Design interior

Anexo 1 – Plantas das Casas dos Moinhos do Ribeiro

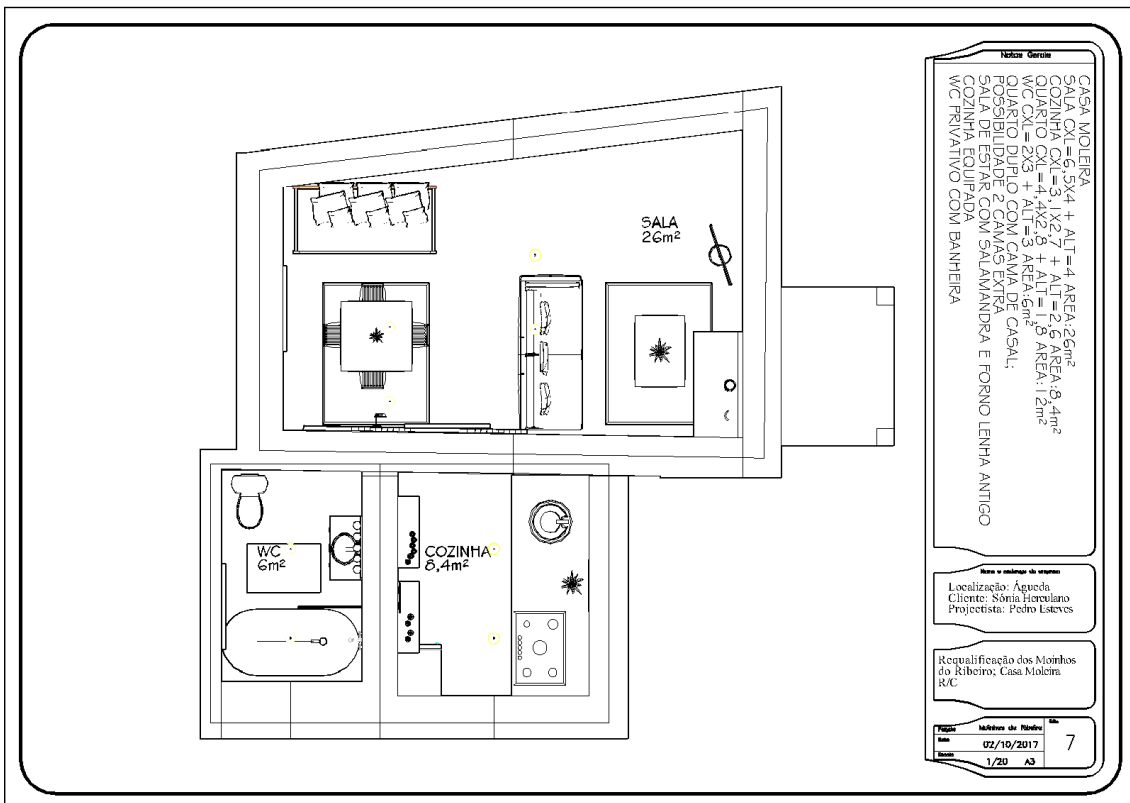
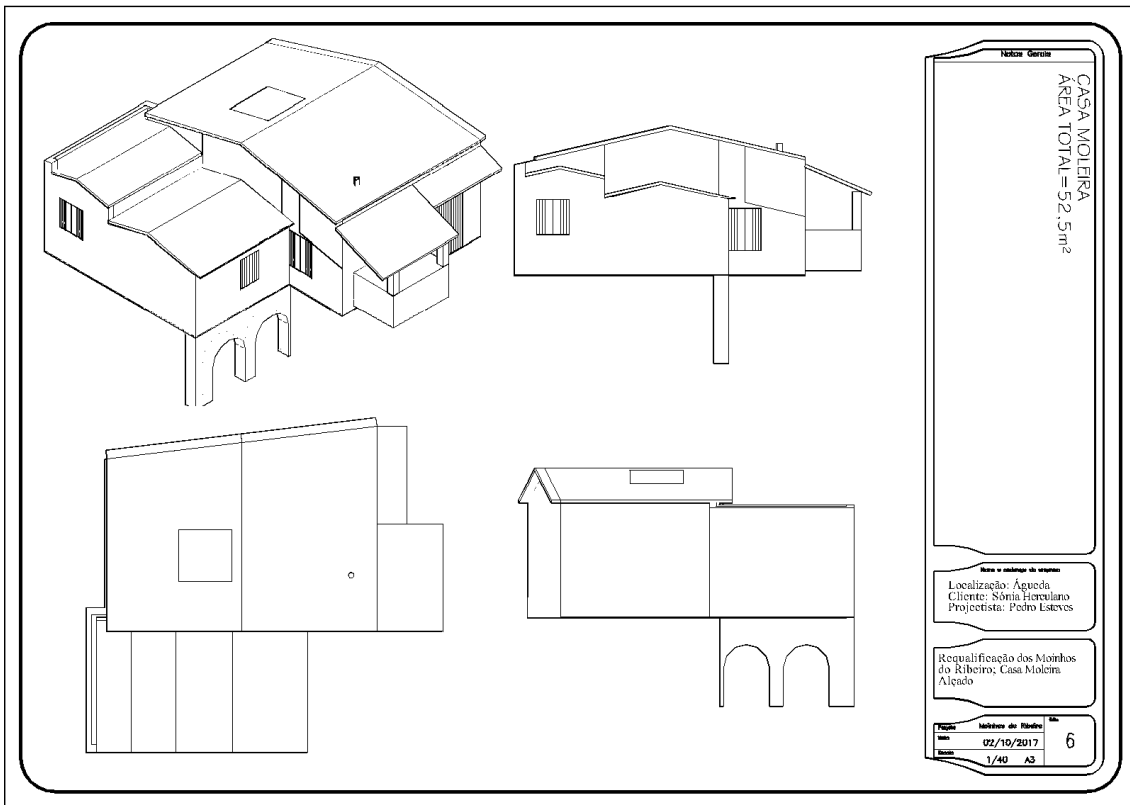


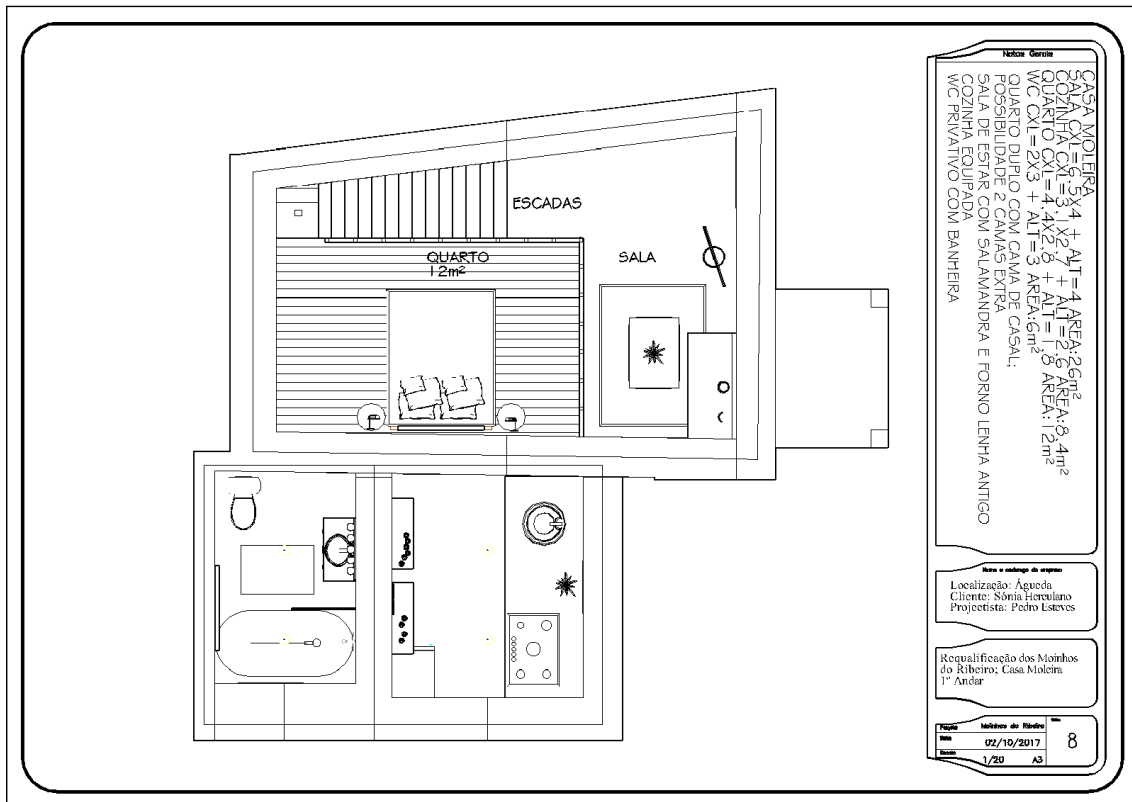




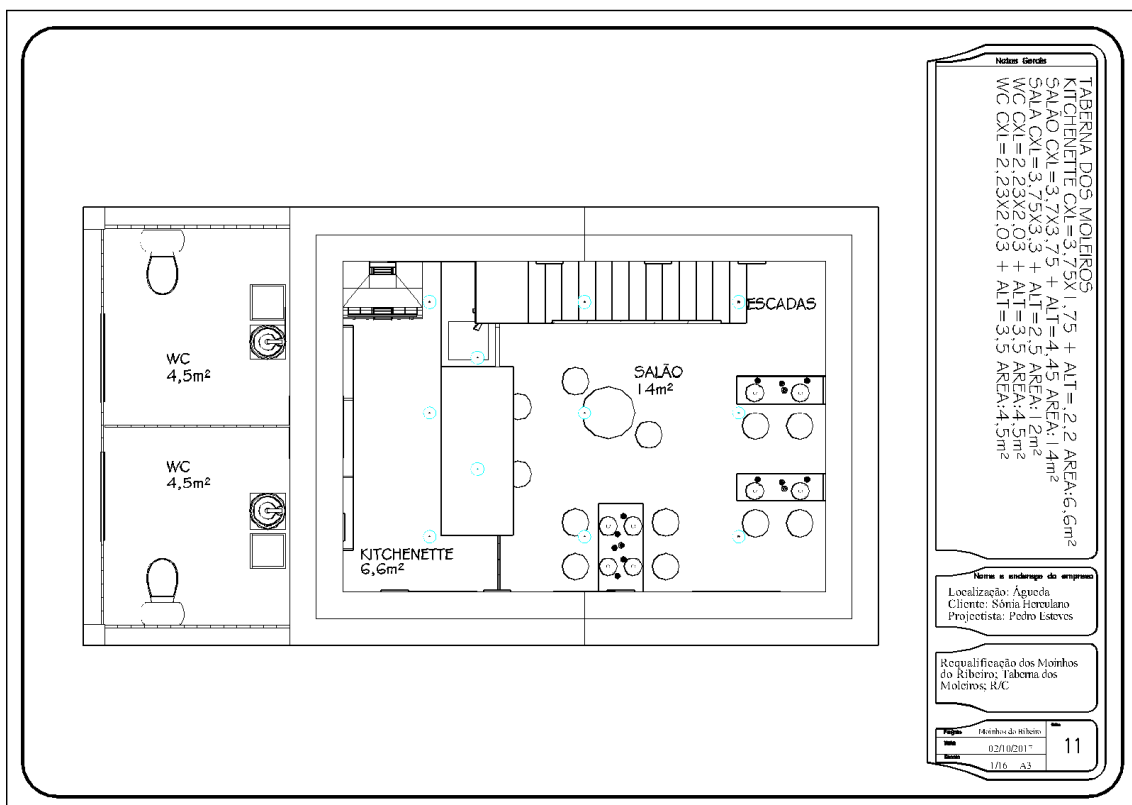
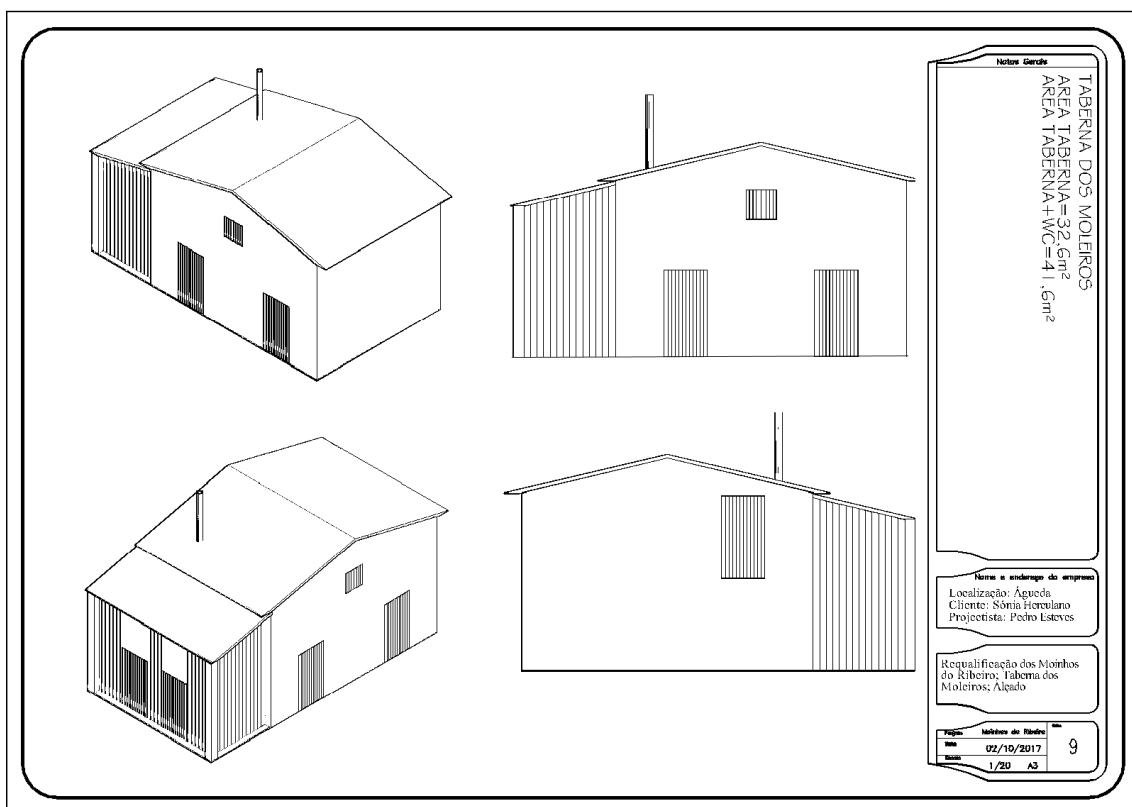


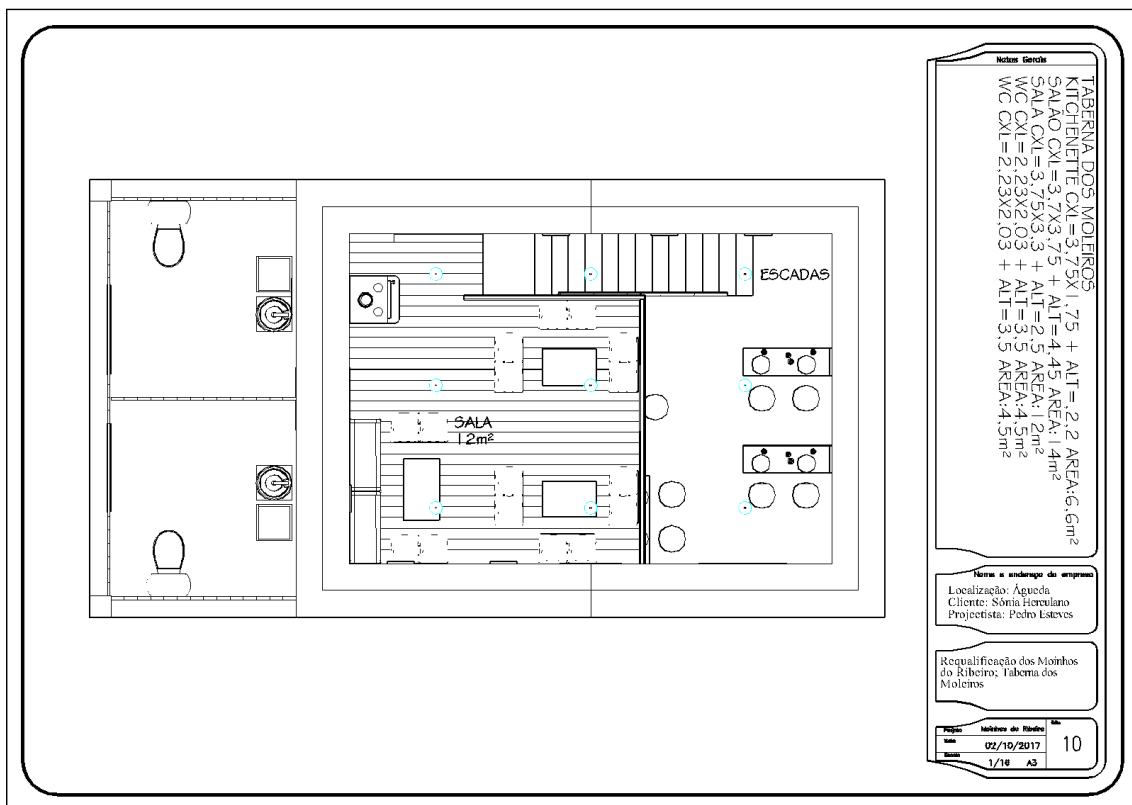














Anexo 2 – Orçamento do logótipo da empresa

Diana Costa

DESIGNER DE COMUNICAÇÃO

Diana Marques da Costa

NIF
228 081 394

T
(+351) 911 058 135

E
diana.marques.costa@gmail.com

Rua da Feira de Março, nº 4
4º Ct Esq, 3800-182 Aveiro

PROPOSTA DE VALORES

MOINHOS RIBEIRO // PROPOSTA Nº 010

Sónia Sofia Pereira Herculano

T
913 287 652

E
soniah.ea@gmail.com

Rua do Paço, 20
3750 827 Valongo do Vouga

No seguimento do contacto, apresento-lhe a melhor proposta de valores.

Caso surja alguma dúvida, por favor não hesite em contactar.

LOGOTIPO // 500€

// APRESENTAÇÃO DE 3 PROPOSTAS PARA LOGOTIPO

// ATÉ 5 REVISÕES DA PROPOSTA ESCOLHIDA PARA LOGOTIPO

// DESENVOLVIMENTO DE MANUAL DE IDENTIDADE

// CRIAÇÃO DE ESTACIONÁRIO

Acresce IVA sobre os valores mencionados.

CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Pagamento de 35% na adjudicação do serviço.

Pagamento de 35% na apresentação das propostas.

Pagamento dos restantes 30% na aprovação do trabalho.

www.behance.net/dianamarquescosta . www.linkedin.com/in/dianamarquescosta

Anexo 3 – Orçamento do arquiteto



Paulino
Oliveira

13 de novembro de 2017

Eng.º Paulino Oliveira

Serviço de Engenharia e Arquitetura

Contacto: 919913065 - Tel./Fax. 234 648 003

e-mail: geral@paulinooliveira.pt

web: www.paulinooliveira.pt

Exmo(s). Senhor(s),
Empreendimento Turístico

A/C: Daniela Herculano

e-mail: Daniela.herculano@gmail.com

Contacto:

PROPOSTA 168/2017

Em resposta ao solicitado por V^{as}. Ex.^{as}, é com imenso prazer que venho por este meio submeter à V/ consideração o melhor preço para a elaboração do licenciamento de um empreendimento turístico, com 3 casas para alojamento, 1 taberna e 1 moinho, a levar a efeito junto ao rio marnel, na freguesia de Valongo do Vouga e concelho de Águeda.

1.ª FASE

Projeto de Arquitetura:

- ✓ Projeto de arquitetura;
- ✓ Levantamento Topográfico

2.ª FASE

Projetos de Especialidades, necessário de acordo com o solicitado com a câmara:

- ✓ Projeto de Estabilidade e Contenção Periférica
- ✓ Projeto da Rede interior de Distribuição de água
- ✓ Projeto da Rede interior de águas Residuais
- ✓ Projeto da Rede de Águas Pluviais
- ✓ Projeto do Estudo de Comportamento Térmico (Pré-Certificado).
- ✓ Projeto Arranjos Exteriores
- ✓ Projeto ITED
- ✓ Ficha Eletrotécnica
- ✓ Ficha SCI (Segurança contra incêndios)

Pagamento

50% - com o projeto de arquitetura

50% - com a entrega dos projetos de especialidades

Anexo 4 – Orçamento do contabilista

€ 145

Boa noite Sofia

Em resposta ao seu anúncio, venho por este meio apresentar a minha disponibilidade para assumir a contabilidade da sua empresa.

Além dos serviços de contabilidade (com 1 deslocação trimestral, em horário pós-laboral a combinar) assumo os custos com material de escritório (papel e arquivo e impressão para o desempenho das funções contratadas), e asseguro a assistência administrativa, facturação e recursos humanos e apoio jurídico (em parceria com advogados experientes).

Na base da negociação, é possível reduzir o orçamento apresentado para 125 Euros mensais, desde que também venha solicitar os meus serviços de agente de seguros, sou mediador multi-marcas, ramo vida e não vida, e procuro sempre o seguro ideal e ao melhor preço para os meus clientes.

A distância (+/- 50 km) não é inibidora porque tenho clientes desde Melgaço a Lisboa, desde que saibam recorrer aos meios tecnológicos (scan, fax, skype, etc.)

Junto envio o meu curriculum vitae, para que possa comprovar a minha experiência profissional e percurso académico.

Ao seu dispor para qualquer esclarecimento.

Com os melhores cumprimentos,
Leandro Alves

Anexo 5 – Orçamento da remodelação das casas e mão de obra

Simulação de Obras Online da CASA VIVA

Esta estimativa foi elaborada tendo em conta a utilização dos materiais e técnicas mais comuns. O valor total inclui o IVA à taxa legal em vigor.



- Taberna dos Moleiros**

Divisões a remodelar	3
Área total a remodelar	32.725 m ²
Salas, Quartos e Halls	Pavimentos: Soalho de Madeira - Novo - Pinho Paredes: Estuque - Pintura Tinta Plástica Tetos: Gesso cartonado (Pladur) - Pintura Tinta Plástica
WCs	Sem intervenção
Cozinhas	Pavimentos: Soalho Flutuante Paredes: Pastilha - Revestimento até ao teto Tetos: Nenhum
Varandas	Sem intervenção
Redes a renovar	Rede de Electricidade, Rede de Águas, Rede de Gás
Estimativa total	€ 8.904,54

- Casa Moleira**

Divisões a remodelar	4
Área total a remodelar	47.17 m ²
Salas, Quartos e Halls	Pavimentos: Soalho de Madeira - Novo - Pinho Paredes: Estuque - Pintura Tinta Plástica Tetos: Gesso cartonado (Pladur) - Pintura Tinta Plástica
WCs	Pavimentos: Soalho Flutuante Paredes: Azulejo - Económico - Revestimento até ao teto Tetos: Gesso cartonado (Pladur) - Pintura Tinta Plástica
Cozinhas	Pavimentos: Soalho Flutuante Paredes: Azulejo - Económico - Revestimento até ao teto Tetos: Gesso cartonado (Pladur) - Pintura Tinta Plástica
Varandas	Sem intervenção
Redes a renovar	Rede de Electricidade, Rede de Esgotos, Rede de Águas, Rede de Gás
Estimativa total	€ 11.076,99

- Casa das Levadas

Divisões a remodelar	4
Área total a remodelar	29.02 m ²
Salas, Quartos e Halls	Pavimentos: Soalho de Madeira - Novo - Pinho Paredes: Estuque - Pintura Tinta Plástica Tetos: Gesso cartonado (Pladur) - Pintura Tinta Plástica
WCs	Pavimentos: Soalho Flutuante Paredes: Pastilha - Revestimento até ao teto Tetos: Estuque - Pintura Tinta Plástica
Cozinhas	Pavimentos: Mosaico - Económico Paredes: Azulejo - Económico - Revestimento até ao teto Tetos: Estuque - Pintura Tinta Plástica
Varandas	Sem intervenção
Redes a renovar	Rede de Electricidade, Rede de Esgotos, Rede de Águas, Rede de Gás
Estimativa total	€ 8.480,64

- Casa da Farinha

Divisões a remodelar	3
Área total a remodelar	16.47 m ²
Salas, Quartos e Halls	Pavimentos: Soalho de Madeira - Novo - Pinho Paredes: Estuque - Pintura Tinta Plástica Tetos: Estuque - Pintura Tinta Plástica Sem intervenção
WCs	Pavimentos: Soalho Flutuante Paredes: Pastilha - Revestimento até ao teto Tetos: Gesso cartonado (Pladur) - Pintura Tinta Plástica
Cozinhas	Pavimentos: Mosaico - Económico Paredes: Azulejo - Económico - Revestimento até ao teto Tetos: Gesso cartonado (Pladur) - Pintura Tinta Plástica
Varandas	Sem intervenção
Redes a renovar	Rede de Electricidade, Rede de Esgotos, Rede de Águas, Rede de Gás
Estimativa total	€ 7.334,63





Anexo 6 – Orçamento do mobiliário

Lista de compras



Leve a lista à sua loja IKEA

Verifique a disponibilidade de stock antes de se dirigir à loja. IKEA Braga 2017-11-15
22:03 WET
Tenha em atenção que o stock pode divergir se for verificado fora das horas de abertura das lojas.

Produto	Qtd.	Preço total incl. IVA	Peso	Com stock?
 ÄNGLAND Candeeiro de pé 19,99€ Máx.: 13 W Largura do abajur: 36 cm Altura: 155 cm Nr. de produto:: 302.912.48	1	19,99€	1x3.6 kg	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> ÄNGLAND Candeeiro de pé Nr. de produto:: 302.912.48
Localizado na secção de Iluminação				
 INGO Mesa, pinho 49,99€ Comprimento: 120 cm Largura: 75 cm Altura: 73 cm Nr. de produto:: 146.300.09	1	49,99€	1x16.0 kg	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> INGO Mesa Nr. de produto:: 146.300.09
Corred Secção 24 09				
JOKKMOKK Cadeira, acabamento envelhecido 19,99€ Largura: 41 cm Profundidade: 47 cm Altura: 90 cm Nr. de produto:: 903.426.88	4	79,96€	4x3.8 kg	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> JOKKMOKK Cadeira Nr. de produto:: 903.426.88
Corred Secção 28 37				
 HAFSLO Colchão de molas, firme, bege 99€ Comprimento: 200 cm Largura: 140 cm Espessura: 18 cm Nr. de produto:: 602.444.63	1	99€	1x24.7 kg	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> HAFSLO Colchão de molas Nr. de produto:: 602.444.63
Corred Secção 10 03				
 JÖMNA Colchão de molas, cinz clr 49,99€ Comprimento: 200 cm Largura: 90 cm Espessura: 16 cm Nr. de produto:: 302.273.61	2	99,98€	2x11.8 kg	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> JÖMNA Colchão de molas Nr. de produto:: 302.273.61
Corred Secção 10 20				

IKEA Braga





Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf: 10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

1(8)

	BRI MNES Cama indiv/dupla c/2 gav, branco 199€ Altura da gaveta (interior): 21 cm Comprimento: 205 cm Largura: 86 cm Nr. de produto:: 002.287.05	2	398€	2x85.8 kg	Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov BRI MNES Cama indiv/dupla c/2 gav Nr. de produto:: 002.287.05 6 / ud.	Corred 08	Secção 00
	TRYGGHET Kit primeiros socorros 12,99€ Preço 19,99€ Comprimento: 17 cm Largura: 9 cm Altura: 7 cm Nr. de produto:: 702.838.59	1	IKEA FAMILY 12,99€ Preço 19,99€	1x0.2 kg	Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov TRYGGHET Kit primeiros socorros Nr. de produto:: 702.838.59	Localizado na secção de Cozinhar e Comer	
	PATRULL Cobertor apaga-fogos 9,99€ Preço 12,99€ Comprimento: 120 cm Largura: 120 cm Superfície: 1.44 m² Nr. de produto:: 101.485.86	1	IKEA FAMILY 9,99€ Preço 12,99€	0.7 kg	Este produto não está em stock na loja escolhida. Data de receção esperada: Sex 9 Mar - Sex 16 Mar PATRULL Cobertor apaga-fogos Nr. de produto:: 101.485.86		
	AVSKILD Individual, cortiça 5,99€ Comprimento: 42 cm Largura: 32 cm Quantidade por embalagem: 4 unidades Nr. de produto:: 402.816.54	1	5,99€	0.5 kg	Produto não disponível nesta loja. AVSKILD Individual Nr. de produto:: 402.816.54		
	BUBBLOR Faqueiro, 24 peças, transparente 14,99€ Nr. de produto:: 103.518.51	1	14,99€	1x1.1 kg	Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov BUBBLOR Faqueiro, 24 peças Nr. de produto:: 103.518.51	Localizado na secção de Cozinhar e Comer	
	DINERA Prato fundo, bege 1,99€ Diâmetro: 22 cm Nr. de produto:: 900.919.20	4	7,96€	4x0.6 kg	Este produto estará provavelmente em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov DINERA Prato fundo Nr. de produto:: 900.919.20	Localizado na secção de Cozinhar e Comer	

IKEA Braga

Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf:10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

2(8)

KNOXHULT Cozinha, brilh branco 273,98€ Largura: 180.0 cm Sistema, profundidade: 61.0 cm Altura: 220.0 cm Nr. de produto:: 891.804.70	1	273,98€	<i>Produto composto por várias referências. Todas as peças muito provavelmente estarão em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>			
			1x1.2 kg	1xLAGAN	Corred Secção	
				torneira misturadora monocomando		
			1x0.8 kg	Nr. de produto:: 100.850.27	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.	
				1xLILLVIKEN		
			1x32.6 kg	sifão/ralo p/lavatório de 1 bacia	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.	
				Nr. de produto:: 103.115.39		
			1x84.4 kg	1xKNOXHULT		
				armário parede c/portas	22	43
				Nr. de produto:: 103.268.09		
			1x2.1 kg	1xKNOXHULT		
				arm baix c/portas e gaveta	07	24
				Nr. de produto:: 303.268.08		
				1xFYNDIG		
				lava-loiça encastrável 1 bacia	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.	
				Nr. de produto:: 902.021.26		
				7 / ud.		
METOD Armário parede p/forno micro-ondas, branco, Askersund freixo efeito freixo claro 65€ Largura: 60.0 cm Profundidade: 38.6 cm Altura: 100.0 cm Nr. de produto:: 292.157.69	1	65€	<i>Produto composto por várias referências. Todas as peças muito provavelmente estarão em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>			
			1x5.0 kg	1xUTRUSTA	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.	
				prateleira		
				Nr. de produto:: 102.056.14		
			1x17.5 kg	1xMETOD	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.	
				estrutura de armário de parede		
			1x0.2 kg	Nr. de produto:: 202.055.38		
				1xUTRUSTA	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.	
				dobradiça		
			1x0.4 kg	Nr. de produto:: 602.046.45		
				1xHELANDE	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.	
			1x4.4 kg	painel decorativo		
				Nr. de produto:: 603.033.82		
				1xASKERSUND	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.	
				porta		
				Nr. de produto:: 903.318.64		
				5 / ud.		

IKEA Braga

Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf: 10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

4(8)

KNOXHULT Cozinha, brilh branco	1	273,98 €	Produto composto por várias referências. Todas as peças muito provavelmente estarão em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov		
273,98 € Largura: 180.0 cm Sistema, profundidade: 61.0 cm Altura: 220.0 cm Nr. de produto:: 891.804.70			1x1.2 kg	1xLAGAN torneira misturadora monocomando Nr. de produto:: 100.850.27	Corred Secção Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
			1x0.8 kg		
			1x32.6 kg	1xLILLVIKEN sifão/ralo p/lavatório de 1 bacia Nr. de produto:: 103.115.39	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
			1x84.4 kg	1xKNOXHULT armário parede c/portas Nr. de produto:: 103.268.09	22 43
			1x2.1 kg	1xKNOXHULT arm baix c/portas e gaveta Nr. de produto:: 303.268.08	07 24
				1xFYNDIG lava-loiça encastrável 1 bacia Nr. de produto:: 902.021.26	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
				7 / ud.	
METOD Armário parede p/forno micro-ondas, branco, Askersund freixo efeito freixo claro	1	65 €	Produto composto por várias referências. Todas as peças muito provavelmente estarão em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov		
65 € Largura: 60.0 cm Profundidade: 38.6 cm Altura: 100.0 cm Nr. de produto:: 292.157.69			1x5.0 kg	1xUTRUSTA prateleira Nr. de produto:: 102.056.14	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
			1x17.5 kg	1xMETOD estrutura de armário de parede Nr. de produto:: 202.055.38	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
			1x0.2 kg		
			1x0.4 kg	1xUTRUSTA dobradiça Nr. de produto:: 602.046.45	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
			1x4.4 kg	1xHELANDE painel decorativo Nr. de produto:: 603.033.82	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
				1xASKERSUND porta Nr. de produto:: 903.318.64	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
				5 / ud.	

IKEA Braga



Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf: 10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

4(8)

	SMÅKOKA Placa a gás, aço inoxidável	1	119€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>
	119€ Largura: 58.0 cm Profundidade: 51.0 cm Nr. de produto: 002.780.74			1x9.0 kg SMÅKOKA Placa a gás Nr. de produto: 002.780.74	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
	FRAMTID Forno micro-ondas, aço inoxidável	1	199€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>
	199€ Largura: 59.5 cm Profundidade: 32.0 cm Altura: 34.7 cm Nr. de produto: 903.033.90			1x20.2 kg FRAMTID Forno micro-ondas Nr. de produto: 903.033.90	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
	FÖRKYLD Frigorífico integr c/comp congelad, branco	1	399€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>
	399€ Largura: 54.0 cm Profundidade: 54.9 cm Altura: 121.8 cm Nr. de produto: 203.421.73			1x39.0 kg FÖRKYLD Frigorífico integr c/comp congelad Nr. de produto: 203.421.73	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
	LUFTIG Exaustor de parede, aço inoxidável	1	89,99€		<i>Este produto estará provavelmente em stock: Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>
	89,99€ Largura: 59.8 cm Profundidade: 47.1 cm Altura mínima: 62.0 cm Nr. de produto: 903.045.92			1x9.0 kg LUFTIG Exaustor de parede Nr. de produto: 903.045.92	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
	NATTJASMIN Lençol de baixo ajustável, branco	3	44,97€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>
	14,99€ Comprimento: 200 cm Largura: 90 cm Nr. de produto: 603.436.65			3x0.5 kg NATTJASMIN Lençol de baixo ajustável Nr. de produto: 603.436.65	Localizado na secção de Roupa de Cama
	SLÅN Almofada, espess/firmeza médias	4	15,96€	4 x0.5 kg	<i>Produto não disponível nesta loja.</i>
	3,99€ Comprimento: 50 cm Largura: 80 cm Peso do enchimento: 460 gr Nr. de produto: 402.698.07			SLÅN Almofada, espess/ firmeza médias Nr. de produto: 402.698.07	
	RÖD TOPPA Edredão quatro estações, branco	3	239,97€	3 x3.4 kg	<i>Produto não disponível nesta loja.</i>
	79,99€ Comprimento: 200 cm Largura: 150 cm Peso do enchimento 1: 510 gr Nr. de produto: 103.007.67			RÖD TOPPA Edredão quatro estações Nr. de produto: 103.007.67	

IKEA Braga




Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5^ªf: 10h - 23h | 6^ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

5(8)

	ARSTID Candeeiro de parede, latão, branco	3	59,97 €	Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov		
	19,99 € Máx.: 40 W Profundidade: 38 cm Diâmetro do abajur: 16 cm Nr. de produto:: 503.213.86			3x0.7 kg	ARSTID Candeeiro de parede Nr. de produto:: 503.213.86	Localizado na secção de Iluminação
	MALM Estrutura cama c/ 4 gavetões, velatura castanha chapa de freixo	1	289 €	Produto composto por várias referências. Todas as peças muito provavelmente estarão em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov		
	289 € Altura da gaveta (interior): 15 cm Comprimento: 209 cm Largura: 156 cm Nr. de produto:: 391.397.94			1x41.6 kg	1xMALM estrutura de cama Nr. de produto:: 703.080.20	Corred 06 Secção 24
				1x3.6 kg	1xSKORVA trave central Nr. de produto:: 901.245.34	12 01
				2x22.2 kg	2xMALM caixa arrumação p/estr cama Nr. de produto:: 903.175.42	10 29
					5 / ud.	
	KNAPPA Candeeiro suspenso, branco	1	19,99 €	Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov		
	19,99 € Máx.: 60 W Altura: 36 cm Diâmetro: 46 cm Nr. de produto:: 500.706.51			1x0.7 kg	KNAPPA Candeeiro suspenso Nr. de produto:: 500.706.51	Localizado na secção de Iluminação
	HOL Mesa de arrumação, acácia	1	59,99 €	Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov		
	59,99 € Comprimento: 98 cm Largura: 50 cm Altura: 50 cm Nr. de produto:: 501.613.21			1x12.2 kg	HOL Mesa de arrumação Nr. de produto:: 501.613.21	Corred 13 Secção 11
	BACKABRO Sofá-cama c/ chaise longue, Nordvalla cinz esc	1	769 €	148.4 kg/3 embalagens	Produto disponível por encomenda. Por favor visite a sua loja IKEA.	
	769 € Largura: 248 cm Altura: 71 cm Profundidade mínima: 88 cm Nr. de produto:: 391.336.31				BACKABRO Sofá-cama c/ chaise longue Nr. de produto:: S391.336.31	

IKEA Braga





Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5^ªf: 10h - 23h | 6^ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

6(8)

	RUNSKÅR Torneira mist. c/ralo p/lavatório, cromado	1	49,99 €		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	49,99 € Altura: 10 cm Nr. de produto:: 502.621.22			1x1.8 kg	RUNSKÅR Torneira mist. c/ralo p/lavatório Nr. de produto:: 502.621.22	Localizado na secção de Casas de banho	
	ORREVIK Ralo, cromado	1	5,50 €		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	5,50 € Nr. de produto:: 045.607.85			1x0.2 kg	ORREVIK Ralo Nr. de produto:: 045.607.85	Localizado na secção de Casas de banho	
	TÄLLEVIKEN Lavatório individual	1	54 €		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	54 € Largura: 61 cm Largura do armário p/lavatório: 60 cm Profundidade: 41 cm Nr. de produto:: 201.964.40			1x16.7 kg	TÄLLEVIKEN Lavatório individual Nr. de produto:: 201.964.40	Corred	Secção
						36	13
	VOXSJÖN Tapete de casa de banho, bege	1	4,99 €	0.3 kg	<i>Produto não disponível nesta loja.</i>		
	4,99 € Comprimento: 60 cm Largura: 40 cm Superfície: 0.24 m² Nr. de produto:: 103.509.79				VOXSJÖN Tapete de casa de banho Nr. de produto:: 103.509.79		
	SALVIKEN Lençol de banho, branco	4	55,96 €	4x0.8 kg	<i>Produto não disponível nesta loja.</i>		
	13,99 € Comprimento: 150 cm Largura: 100 cm Densidade da superfície: 500 gr/m² Nr. de produto:: 103.132.27				SALVIKEN Lençol de banho Nr. de produto:: 103.132.27		
	SALVIKEN Toalha de banho, branco	4	35,96 €		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	8,99 € Comprimento: 140 cm Largura: 70 cm Densidade da superfície: 500 gr/m² Nr. de produto:: 503.132.25			4x0.5 kg	SALVIKEN Toalha de banho Nr. de produto:: 503.132.25	Localizado na secção de Casas de banho	
	SALVIKEN Toalha de bidé, branco	4	7,96 €		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	1,99 € Comprimento: 50 cm Largura: 30 cm Densidade da superfície: 500 gr/m² Nr. de produto:: 303.132.26			4x0.1 kg	SALVIKEN Toalha de bidé Nr. de produto:: 303.132.26	Localizado na secção de Casas de banho	

IKEA Braga

Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf: 10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

7(8)

Lista de compras







Leve a lista à sua loja IKEA

Verifique a disponibilidade de stock antes de se dirigir à loja. IKEA Braga 2017-11-15

18:01 WET

Tenha em atenção que o stock pode divergir se for verificado fora das horas de abertura das lojas.

Produto	Qtd.	Preço total incl. IVA	Peso	Com stock?
 FROSTA Banco, contraplacado de bétula 8,99€ Testado para: 100 kg Diâmetro do assento: 35 cm Largura: 42 cm Nr. de produto:: 242.862.05	22	197,78€	22x3.0 kg	Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov FROSTA Banco Nr. de produto:: 242.862.05 Localizado na secção de Espaços de refeição
 NORRÅKER Banco, branco bétula 59,99€ Comprimento: 103 cm Largura: 29 cm Altura: 45 cm Nr. de produto:: 802.753.40	2	119,98€	2x8.6 kg	Artigo esgotado na loja selecionada. De momento não temos previsão de data de entrega. NORRÅKER Banco Nr. de produto:: 802.753.40
 LACK Mesa de apoio, branco 6,99€ Comprimento: 55 cm Largura: 55 cm Altura: 45 cm Nr. de produto:: 200.114.13	4	27,96€	4x4.0 kg	Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov LACK Mesa de apoio Nr. de produto:: 200.114.13 Corred 00 Secção 01
DJUPFRYSA Congelador integrado A++ , branco 279€ Largura: 54.0 cm Profundidade: 54.9 cm Altura: 87.3 cm Nr. de produto:: 603.422.32	1	279€	1x37.0 kg	Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov DJUPFRYSA Congelador integrado A+ + Nr. de produto:: 603.422.32 Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
 VÄRMA Forno micro-ondas, aço inoxidável 139€ Largura: 59.5 cm Profundidade: 33.5 cm Altura: 34.7 cm Nr. de produto:: 303.033.74	1	139€	1x16.7 kg	Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov VÄRMA Forno micro-ondas Nr. de produto:: 303.033.74 Contacte um colaborador IKEA para mais informações.

IKEA Braga

Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf:10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h




© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

1(3)

Horário de loja: Domingo a 5ªf:10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

8(8)

	SMÅKOKA Placa a gás, aço inoxidável	1	119€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>
	119€ Largura: 58.0 cm Profundidade: 51.0 cm Nr. de produto:: 002.780.74			1x9.0 kg SMÅKOKA Placa a gás Nr. de produto:: 002.780.74	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
	LAGAN Exaustor de parede, branco	1	40€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>
	40€ Largura: 60.0 cm Profundidade: 51 cm Altura: 13 cm Nr. de produto:: 703.045.88			1x7.2 kg LAGAN Exaustor de parede Nr. de produto:: 703.045.88	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
	LILLVIKEN Sifão/ralo p/lavatório de 2 bacias	1	18€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>
	18€ Largura mínima: 11 cm Largura máxima: 71 cm Altura mínima: 84 cm Nr. de produto:: 903.115.40			1x1.2 kg LILLVIKEN Sifão/ralo p/lavatório de 2 bacias Nr. de produto:: 903.115.40	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
	VIMMERN Torneira misturadora c/duche, cor de aço	1	169€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>
	169€ Altura: 47 cm Nr. de produto:: 903.052.90			1x2.7 kg VIMMERN Torneira misturadora c/duche Nr. de produto:: 903.052.90	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
	VATTUDALEN Lava-loiça encastr 2 bac c/escorr, aço inoxidável	1	117,99€		<i>Produto composto por várias referências. Todas as peças muito provavelmente estarão em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>
	117,99€ recorte em largura: 51.1 cm recorte em comprimento: 107.5 cm Bacia grande, prof: 18 cm Nr. de produto:: 091.581.90			1x7.6 kg 1xVATTUDALEN lava-loiça encastr 2 bac c/escorr Nr. de produto:: 503.151.68	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
				1x1.2 kg 1xLILLVIKEN sifão/ralo p/lavatório de 2 bacias Nr. de produto:: 903.115.40	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
					2 / ud.
	DALFRED Banco alto, preto	2	79,98€	2x4.4 kg	<i>Este produto não está em stock na loja escolhida. Data de receção esperada: Qui 30 Nov - Qui 7 Dez</i>
	39,99€ Testado para: 100 kg Diâmetro do assento: 30 cm Largura: 37 cm Nr. de produto:: 601.556.02			DALFRED Banco alto Nr. de produto:: 601.556.02	

IKEA Braga







Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf: 10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

2(3)

	NORRÅKER Mesa alta, preto 139€ Comprimento: 74 cm Largura: 74 cm Altura: 102 cm Nr. de produto:: 403.390.04	1	139€	22.9 kg	<i>Este produto não está em stock na loja escolhida. Data de receção esperada: Dom 26 Nov - Dom 3 Dez</i> NORRÅKER Mesa alta Nr. de produto:: 403.390.04		
	FRANKLIN Banco alto c/encosto, dobrável, castanho-preto, prateado 25€ Testado para: 100 kg Largura: 50 cm Profundidade: 44 cm Nr. de produto:: 401.992.11	8	200€	8x5.5 kg	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> FRANKLIN Banco alto c/encosto, dobrável Nr. de produto:: 401.992.11	<i>Corred</i> 26	<i>Secção</i> 37
	STORNÄS Mesa alta, castanho-preto 249€ Comprimento: 127 cm Largura: 70 cm Altura: 105 cm Nr. de produto:: 702.176.52	3	747€	3x35.7 kg	<i>Artigo esgotado na loja selecionada. De momento não temos previsão de data de entrega.</i> STORNÄS Mesa alta Nr. de produto:: 702.176.52		
	BOSSE Banco alto, bétula 35€ Testado para: 100 kg Largura: 39 cm Profundidade: 39 cm Nr. de produto:: 700.872.12	2	70€	2x6.2 kg	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> BOSSE Banco alto Nr. de produto:: 700.872.12	<i>Corred</i> 28	<i>Secção</i> 14
	ÄNGLAND Candeeiro prd, instl c/fio integr 9,99€ Máx.: 7 W Largura: 18 cm Profundidade: 22 cm Nr. de produto:: 302.913.71	3	29,97€	3x0.6 kg	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> ÄNGLAND Candeeiro prd, instl c/fio integr Nr. de produto:: 302.913.71	<i>Localizado na secção de Iluminação</i>	
	OTTAVA Candeeiro suspenso, alumínio 35€ Máx.: 60 W Diâmetro: 30 cm Altura máxima: 1 m 58 cm Nr. de produto:: 301.471.66	1	35€	1x1.9 kg	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> OTTAVA Candeeiro suspenso Nr. de produto:: 301.471.66	<i>Localizado na secção de Iluminação</i>	
Preço total incl. IVA			2.528,66€	(2.055,87€ Preço total excl. IVA)			
Peso total / Número de embalagens:			379.4 kg/ 56 embalagens				

IKEA Braga



Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf: 10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

3(3)

	OFTAST Prato, branco 0,59€ Diâmetro: 25 cm Nr. de produto:: 302.589.13	4	2,36€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>	
				4x0.4 kg	OFTAST Prato Nr. de produto:: 302.589.13	Localizado na secção de Cozinhar e Comer
	VARDAGEN Caneca, branco-bege 1,50€ Altura: 8 cm Volume: 30 cl Nr. de produto:: 902.883.18	4	6€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>	
				4x0.3 kg	VARDAGEN Caneca Nr. de produto:: 902.883.18	Localizado na secção de Cozinhar e Comer
	VARDAGEN Chávena e pires, branco-bege 1,99€ Diâmetro do pires: 14 cm Altura total: 6 cm Altura da chávena: 6 cm Nr. de produto:: 002.883.13	4	7,96€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>	
				4x0.4 kg	VARDAGEN Chávena e pires Nr. de produto:: 002.883.13 8 / ud.	Localizado na secção de Cozinhar e Comer
	IKEA 365+ Tigela, lados arredondados branco 2,50€ Altura: 3 cm Diâmetro: 9 cm Quantidade por embalagem: 2 unidades Nr. de produto:: 802.829.96	2	5€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>	
				2x0.3 kg	IKEA 365+ Tigela Nr. de produto:: 802.829.96	Localizado na secção de Cozinhar e Comer
	MIXTUR Travessa forno, cj4, vidro transparente 8,99€ Nr. de produto:: 601.016.52	1	8,99€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>	
				1x1.2 kg	MIXTUR Travessa forno, cj4 Nr. de produto:: 601.016.52	Localizado na secção de Cozinhar e Comer
	VINTERGATA Candeeiro suspenso 29,99€ Máx.: 13 W Altura: 33 cm Diâmetro: 42 cm Nr. de produto:: 203.424.70	1	29,99€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>	
				1x1.0 kg	VINTERGATA Candeeiro suspenso Nr. de produto:: 203.424.70	Localizado na secção de Iluminação

IKEA Braga

Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf: 10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

2(7)

KNOXHULT Cozinha, brilh branco 273,98€ Largura: 180.0 cm Sistema, profundidade: 61.0 cm Altura: 220.0 cm Nr. de produto:: 891.804.70	1	273,98€	<i>Produto composto por várias referências. Todas as peças muito provavelmente estarão em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
			1 x 1.2 kg	1 x LAGAN torneira misturadora monocomando	Corred Secção Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
			1 x 0.8 kg	Nr. de produto:: 100.850.27	
			1 x 32.6 kg	1 x LILLVIKEN sifão/ralo p/lavatório de 1 bacia Nr. de produto:: 103.115.39	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
			1 x 84.4 kg	1 x KNOXHULT armário parede c/portas Nr. de produto:: 103.268.09	22 43
			1 x 2.1 kg	1 x KNOXHULT arm baix c/portas e gaveta Nr. de produto:: 303.268.08	07 24
				1 x FYNDIG lava-loiça encastrável 1 bacia Nr. de produto:: 902.021.26	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
				7 / ud.	
METOD Armário parede p/forno micro-ondas, branco, Askersund freixo efeito freixo claro 65€ Largura: 60.0 cm Profundidade: 38.6 cm Altura: 100.0 cm Nr. de produto:: 292.157.69	1	65€	<i>Produto composto por várias referências. Todas as peças muito provavelmente estarão em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
			1 x 5.0 kg	1 x UTRUSTA prateleira Nr. de produto:: 102.056.14	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
			1 x 17.5 kg	1 x METOD estrutura de armário de parede Nr. de produto:: 202.055.38	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
			1 x 0.2 kg		
			1 x 0.4 kg	1 x UTRUSTA dobradiça Nr. de produto:: 602.046.45	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
			1 x 4.4 kg	1 x HELANDE painel decorativo Nr. de produto:: 603.033.82	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
				1 x ASKERSUND porta Nr. de produto:: 903.318.64	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
				5 / ud.	

IKEA Braga




Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf:10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

3(7)

	SMÅKOKA Placa a gás, aço inoxidável	1	119€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	119€ Largura: 58.0 cm Profundidade: 51.0 cm Nr. de produto:: 002.780.74		1x9.0 kg	SMÅKOKA Placa a gás Nr. de produto:: 002.780.74	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.	
	FRAMTID Forno micro-ondas, aço inoxidável	1	199€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	199€ Largura: 59.5 cm Profundidade: 32.0 cm Altura: 34.7 cm Nr. de produto:: 903.033.90		1x20.2 kg	FRAMTID Forno micro-ondas Nr. de produto:: 903.033.90	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.	
	FÖRKYLD Frigorífico integr c/comp congelad, branco	1	399€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	399€ Largura: 54.0 cm Profundidade: 54.9 cm Altura: 121.8 cm Nr. de produto:: 203.421.73		1x39.0 kg	FÖRKYLD Frigorífico integr c/comp congelad Nr. de produto:: 203.421.73	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.	
	LUFTIG Exaustor de parede, aço inoxidável	1	89,99€	<i>Este produto estará provavelmente em stock: Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	89,99€ Largura: 59.8 cm Profundidade: 47.1 cm Altura mínima: 62.0 cm Nr. de produto:: 903.045.92		1x9.0 kg	LUFTIG Exaustor de parede Nr. de produto:: 903.045.92	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.	
	NORRÅKER Banco alto c/encosto, branco bétula	1	89€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	89€ Testado para: 120 kg Largura: 42 cm Profundidade: 48 cm Nr. de produto:: 003.014.99		1x7.6 kg	NORRÅKER Banco alto c/encosto Nr. de produto:: 003.014.99	Corred 28	Secção 25
	NORRÅKER Mesa, branco bétula	1	129€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	129€ Comprimento: 125 cm Largura: 74 cm Altura: 74 cm Nr. de produto:: 002.908.15		1x25.8 kg	NORRÅKER Mesa Nr. de produto:: 002.908.15	Corred 24	Secção 20
				2 / ud.		
	NATTJASMIN Lençol de baixo ajustável, branco	3	44,97€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	14,99€ Comprimento: 200 cm Largura: 90 cm Nr. de produto:: 603.436.65		3x0.5 kg	NATTJASMIN Lençol de baixo ajustável Nr. de produto:: 603.436.65	Localizado na secção de Roupa de Cama	

IKEA Braga






Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf: 10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

4(7)

	SALVIKEN Toalha de banho, branco	4	35,96 €	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	8,99 € Comprimento: 140 cm Largura: 70 cm Densidade da superfície: 500 gr/m² Nr. de produto:: 503.132.25		4x0.5 kg	SALVIKEN Toalha de banho Nr. de produto:: 503.132.25	Localizado na secção de Casas de banho	
	SALVIKEN Toalha de bidé, branco	4	7,96 €	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	1,99 € Comprimento: 50 cm Largura: 30 cm Densidade da superfície: 500 gr/m² Nr. de produto:: 303.132.26		4x0.1 kg	SALVIKEN Toalha de bidé Nr. de produto:: 303.132.26	Localizado na secção de Casas de banho	
	SALVIKEN Toalha de mãos, branco	4	19,96 €	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	4,99 € Comprimento: 100 cm Largura: 50 cm Densidade da superfície: 500 gr/m² Nr. de produto:: 203.132.17		4x0.3 kg	SALVIKEN Toalha de mãos Nr. de produto:: 203.132.17	Localizado na secção de Casas de banho	
	SILVERÅN Armário c/espelho, castanho claro	1	59,99 €	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov</i>		
	59,99 € Largura: 60 cm Profundidade: 14 cm Altura: 68 cm Nr. de produto:: 302.707.69		1x9.9 kg	SILVERÅN Armário c/espelho Nr. de produto:: 302.707.69	Corred	Secção
					36	02
	SILVERÅN / TÄLLEVIKEN Armário p/lavatório c/2 portas, castanho claro	1	139 €	<i>Produto composto por várias referências. Todas as peças provavelmente estarão em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	139 € Largura: 61 cm Largura do armário p/lavatório: 60 cm Profundidade: 41 cm Nr. de produto:: 090.204.28		1x12.7 kg	1 x SILVERÅN armário p/lavatório c/2 portas Nr. de produto:: 102.707.70	Corred	Secção
			1x16.7 kg		36	11
			1x0.6 kg	1 x TÄLLEVIKEN lavatório individual Nr. de produto:: 201.964.40	36	13
				1 x SILVERÅN pé Nr. de produto:: 402.680.06	36	29
				3 / ud.		
Total preço membro IKEA FAMILY incl. IVA			3.408,35 €	(2.771,03€ Total preço membro IKEA FAMILY excl. IVA)		
Preço total incl. IVA			3.418,35 €	(2.779,16€ Preço total excl. IVA)		
Peso total / Número de embalagens:			603.1kg/ 86 embalagens			

IKEA Braga






Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5^ªf: 10h - 23h | 6^ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

7(7)

	SALVIKEN Toalha de banho, branco	2	17,98€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	8,99€ Comprimento: 140 cm Largura: 70 cm Densidade da superfície: 500 gr/m ² Nr. de produto: 503.132.25			2x0.5 kg	SALVIKEN Toalha de banho Nr. de produto: 503.132.25	Localizado na secção de Casas de banho
	SALVIKEN Toalha de bidé, branco	2	3,98€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	1,99€ Comprimento: 50 cm Largura: 30 cm Densidade da superfície: 500 gr/m ² Nr. de produto: 303.132.26			2x0.1 kg	SALVIKEN Toalha de bidé Nr. de produto: 303.132.26	Localizado na secção de Casas de banho
	SALVIKEN Toalha de mãos, branco	2	9,98€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	4,99€ Comprimento: 100 cm Largura: 50 cm Densidade da superfície: 500 gr/m ² Nr. de produto: 203.132.17			2x0.3 kg	SALVIKEN Toalha de mãos Nr. de produto: 203.132.17	Localizado na secção de Casas de banho
	SILVERÅN Armário c/espelho, castanho claro	1	59,99€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov</i>		
	59,99€ Largura: 60 cm Profundidade: 14 cm Altura: 68 cm Nr. de produto: 302.707.69			1x9.9 kg	SILVERÅN Armário c/espelho Nr. de produto: 302.707.69	Corred 36 Secção 02
	OLSKÅR Torneira misturadora p/lavatório, cromado	1	21,99€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	21,99€ Altura: 12 cm Nr. de produto: 702.177.51			1x1.0 kg	OLSKÅR Torneira misturadora p/lavatório Nr. de produto: 702.177.51	Localizado na secção de Casas de banho
	ORREVIK Ralo, cromado	1	5,50€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	5,50€ Nr. de produto: 045.607.85			1x0.2 kg	ORREVIK Ralo Nr. de produto: 045.607.85	Localizado na secção de Casas de banho
	TÄLLEVIKEN Lavatório individual	1	54€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>		
	54€ Largura: 61 cm Largura do armário p/lavatório: 60 cm Profundidade: 41 cm Nr. de produto: 201.964.40			1x16.7 kg	TÄLLEVIKEN Lavatório individual Nr. de produto: 201.964.40	Corred 36 Secção 13

IKEA Braga






Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf: 10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

2(7)

	TOGA Individual, bambu 1,99€ Comprimento: 35 cm Largura: 45 cm Nr. de produto:: 401.654.71	2	3,98€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>	TOGA Individual Nr. de produto:: 401.654.71	Localizado na secção de Cozinhar e Comer
				2x0.2 kg			
	DINERA Caneca, azul acinzentado, branco 1,99€ Altura: 10 cm Volume: 35 cl Nr. de produto:: 001.525.45	2	3,98€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>	DINERA Caneca Nr. de produto:: 001.525.45	Localizado na secção de Cozinhar e Comer
				2x0.3 kg			
	MIXTUR Travessa forno, cj4, vidro transparente 8,99€ Nr. de produto:: 601.016.52	1	8,99€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>	MIXTUR Travessa forno, cj4 Nr. de produto:: 601.016.52	Localizado na secção de Cozinhar e Comer
				1x1.2 kg			
	I KEA 365+ Tigela, lados arredondados branco 2,50€ Altura: 3 cm Diâmetro: 9 cm Quantidade por embalagem: 2 unidades Nr. de produto:: 802.829.96	1	2,50€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>	I KEA 365+ Tigela Nr. de produto:: 802.829.96	Localizado na secção de Cozinhar e Comer
				1x0.3 kg			
	FUNGERA Tabuleiro, cinz 2,99€ Comprimento: 43 cm Largura: 33 cm Nr. de produto:: 202.587.15	1	2,99€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>	FUNGERA Tabuleiro Nr. de produto:: 202.587.15	Localizado na secção de Cozinhar e Comer
				1x0.4 kg			
	BLANDA Tigela, vidro transparente 1,99€ Altura: 2 cm Diâmetro: 5 cm Quantidade por embalagem: 4 unidades Nr. de produto:: 300.572.45	1	1,99€	0.1 kg	Produto não disponível nesta loja.	BLANDA Tigela Nr. de produto:: 300.572.45	
	SIGGERUD Cunha entre 2 colchões 9,99€ Comprimento: 195 cm Largura: 20 cm Nr. de produto:: 402.723.53	1	9,99€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i>	SIGGERUD Cunha entre 2 colchões Nr. de produto:: 402.723.53	Localizado na secção de Quartos
				1x0.4 kg			

I KEA Braga






Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf: 10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

4(7)

	JÖMNA Colchão de molas, cinz clr 49,99€ Comprimento: 200 cm Largura: 90 cm Espessura: 16 cm Nr. de produto:: 302.273.61	2	99,98€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> JÖMNA Colchão de molas Nr. de produto:: 302.273.61	Corred	Secção	10	20
				2x11.8 kg					
	BRIMNES Cama indiv/dupla c/2 gav, preto 199€ Altura da gaveta (interior): 21 cm Comprimento: 205 cm Largura: 86 cm Nr. de produto:: 702.691.70	2	398€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> BRIMNES Cama indiv/dupla c/2 gav Nr. de produto:: 702.691.70 6 / ud.	Corred	Secção	06	04
				2x85.8 kg					
	STIG Banco alto c/encosto, preto, prateado 14,99€ Testado para: 100 kg Largura: 60 cm Profundidade: 50 cm Nr. de produto:: 801.552.05	2	29,98€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> STIG Banco alto c/encosto Nr. de produto:: 801.552.05	Corred	Secção	28	38
				2x4.4 kg					
	STORNÄS Mesa alta, castanho-preto 249€ Comprimento: 127 cm Largura: 70 cm Altura: 105 cm Nr. de produto:: 702.176.52	1	249€	35.7 kg	<i>Artigo esgotado na loja selecionada. De momento não temos previsão de data de entrega.</i> STORNÄS Mesa alta Nr. de produto:: 702.176.52				
	KVART Projektor de parede/mola, preto 4,99€ Máx.: 7 W Diâmetro do abajur: 8.5 cm Comprimento do cabo: 3.0 m Nr. de produto:: 601.524.44	2	9,98€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> KVART Projektor de parede/mola Nr. de produto:: 601.524.44		Localizado na secção de Iluminação		
				2x0.5 kg					
	NOT Candeeiro de pé/leitura, preto, branco 11,99€ Altura: 174 cm Diâmetro da base: 27 cm Diâmetro do abajur: 28 cm Nr. de produto:: 603.246.76	1	11,99€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> NOT Candeeiro de pé/leitura Nr. de produto:: 603.246.76		Localizado na secção de Iluminação		
				1x4.3 kg					
	SPÅCKA Candeeiro de teto, branco 3,99€ Máx.: 13 W Altura: 9 cm Diâmetro: 25 cm Nr. de produto:: 603.473.95	1	3,99€		<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> SPÅCKA Candeeiro de teto Nr. de produto:: 603.473.95		Localizado na secção de Iluminação		
				1x0.5 kg					

IKEA Braga





Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga

Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf: 10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

5(7)

	KNAPPA Candeeiro suspenso, branco 19,99€ Máx.: 60 W Altura: 36 cm Diâmetro: 46 cm Nr. de produto:: 500.706.51	1	19,99€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> 1x0.7 kg	KNAPPA Candeeiro suspenso Nr. de produto:: 500.706.51	Localizado na secção de Iluminação
	HEKTAR Candeeiro suspenso, cinz esc 25€ Máx.: 53 W Diâmetro: 22 cm Altura do abajur: 26 cm Nr. de produto:: 402.152.06	2	50€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> 2x1.2 kg	HEKTAR Candeeiro suspenso Nr. de produto:: 402.152.06	Localizado na secção de Iluminação
	FÖRKYL Frigorífico integr c/comp congelad, branco 399€ Largura: 54.0 cm Profundidade: 54.9 cm Altura: 121.8 cm Nr. de produto:: 203.421.73	1	399€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> 1x39.0 kg	FÖRKYL Frigorífico integr c/comp congelad Nr. de produto:: 203.421.73	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
	SMÅKOKA Placa a gás, aço inoxidável 119€ Largura: 58.0 cm Profundidade: 51.0 cm Nr. de produto:: 002.780.74	1	119€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> 1x9.0 kg	SMÅKOKA Placa a gás Nr. de produto:: 002.780.74	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.
	FRAMTID Forno micro-ondas, aço inoxidável 199€ Largura: 59.5 cm Profundidade: 32.0 cm Altura: 34.7 cm Nr. de produto:: 903.033.90	1	199€	<i>Este produto muito provavelmente estará em stock: Hoje 15 Nov, Qui 16 Nov, Sex 17 Nov, Sáb 18 Nov</i> 1x20.2 kg	FRAMTID Forno micro-ondas Nr. de produto:: 903.033.90	Contacte um colaborador IKEA para mais informações.

IKEA Braga

Morada: IKEA Braga - Avenida Do Cávado, CC Nova Arcada - 4700-005 Braga


Serviço de apoio ao cliente: 800 20 30 20 (Chamada gratuita)

Horário de loja: Domingo a 5ªf: 10h - 23h | 6ªf e sábado: 10h - 24h | Domingo de Páscoa: 10h - 16h

© Inter IKEA Systems B.V. 1999 - 2017

6(7)

Anexo 7 – Orçamento do mobiliário de aquecimento











PRODUTOS | IDEIAS E PROJETOS | PROMOÇÕES | SERVIÇOS | LOJAS

Onde está: > Carrinho de compras

Carrinho de compras

CARRINHO MORADAS PAGAMENTO CONFIRMAÇÃO

Apagar	Artigo	Qtd	IVA	Preço unitário	Subtotal
	 <div>Salamandra de aço com forno 10.4KW Ref.16691731 Stock disponível</div>	1  	0%	349,00€	349,00€
	 <div>Salamandra de aço 9KW Ref.19300120 Stock disponível</div>	1  	0%	189,00€	189,00€

Valor de produtos: **538,00€**
Ao valor da compra serão acrescidos os gastos de envio.

Anexo 8 – Orçamento de mobiliário da casa de banho

NOVO
Sala
Quarto
Sala De Jantar
Banho
Escritório
Jardim
Cadeiras
Candeeiros
Mesas
Tapetes
Inspirações

O seu carrinho inclui os seguintes artigos:

Banheira de hidromassagem - Acrílico na cor branca - SAMANA
Em stock: SIM

- 1 +

1,099.00 EUR

Custo de envio: 0.00
Sub-total: 1,099.00
Total: 1,099.00

Limpar

Continuar

VENDA
DESTAQUES
CONTACTOS

Cabinas Hidromassagem

PESQUISA AVANÇADA

Carrinho de Compras

COMPRAR
PRODUTOS
CLIENTES
ENTREGA
PAGAMENTO





PRODUTO	STOCK	QUANTIDADE	PREÇO
Cabine de Hidromassagem 90x90cm LIGHT	A Confirmar	1	
CABINE DUCHE SEMI-CIRCULAR 80x80 5mm	Disponível	1	
<div> REMOVER TUDO ACTUALIZAR CARRINHO </div>			TOTAL S/ IVA: € 638,05 VALOR DO IVA: € 146,75 TOTAL C/ IVA: € 784,80


Carrinho de Compras


COMPRAR
PRODUTOS
CLIENTES
ENTREGA
PAGAMENTO

PRODUTO	STOCK	QUANTIDADE	PREÇO
Sanita Compacta + Tanque + Tampo AVEIRO	Disponível	2	
Sanita compacta Regina Sanitana	Disponível	1	
Sanita Compacta Pop Art + Tanque + Tampo	Disponível	1	
<div> REMOVER TUDO ACTUALIZAR CARRINHO </div>			TOTAL S/ IVA: € 403,93 VALOR DO IVA: € 92,90 TOTAL C/ IVA: € 496,84

Anexo 9 – Orçamento do material de escritório

Produtos	Preço un.	Quantidade	Valor
 Portátil 15.6" HP Laptop 15-bs007np	€649, ⁹⁹	- 1 +	€649, ⁹⁹ 
 Software de Gestão Faturação	€79, ⁹⁰	- 1 +	€79, ⁹⁰ 

 O cálculo das taxas de expedição é realizado no processo de finalização da compra.

 **Tem um cupão?**
Insira-o no passo 4 (dados de pagamento). O cálculo das taxas de expedição é realizado no processo de finalização da compra.

SUBTOTAL	€729,⁸⁹
DESCONTO TOTAL	- €0, ⁰⁰
EXPEDIÇÃO E PROCESSAMENTO	€0, ⁰⁰
TOTAL DE COMPRA	€729,⁸⁹





-32%

olivetti Registradora Olivetti ECR 8200 S
Produto WW-367251

Qtd. + -

Actualizar | Remover

81,30 € unidade

Antes 424,44 €
39,84 €

81,30 €

[Adicionar a uma Lista de Favoritos](#)





Total: 81,30 €

Subtotal Sem IVA:	81,30 €
Portes de envio (excepto ilhas) s/ IVA:	Grátis
Total:	81,30 €
Valor IVA:	18,70 €
Total IVA Inc.:	100,00 €



Portes Grátis em entregas nas Lojas Staples! Cupões poderão ser aplicados no próximo passo.

Anexo 10 – Orçamento do equipamento de segurança e vigilância



Produto	Descrição	Disp.	Preço Unitário	Qtd	Total	
	Kit Alojamento Local para T0 e T1	ENTREGA: 3 A 5 DIAS ÚTEIS	75,00 € 15% 80,33 €	4	300,00 €	
	Placa de sinalização Agente Extintor ABC	Em Stock	4,96 €	4	19,84 €	
Total produtos (taxa excl.)					319,84 €	
Total envio (taxa excl.)					10,50 €	
TOTAL					406,32 €	

worten

Produtos	Preço un.	Quantidade	Valor	
 Kit Videovigilância CONCEPTRONIC AHD CCTV 4 canais	€399,99	- 1 +	€399,99	
			SUBTOTAL	€399,99
			DESCONTO TOTAL	- €0,00
			EXPEDIÇÃO E PROCESSAMENTO	€0,00
			TOTAL DE COMPRA	€399,99



[PRODUTOS](#)
[PROMOÇÕES](#)
[IDEIAS E PROJETOS](#)
[SERVIÇOS](#)
[LOJAS](#)

Onde está: > Carrinho de compras

Carrinho de compras

CARRINHO

MORADAS

PAGAMENTO

CONFIRMAÇÃO

Apagar	Artigo	Qtd	IVA	Preço unitário	Subtotal
	 Detetor de fumo BRANCO XINDAR Ref.16755774 Stock disponível	4	23%	8,39€	33,56€

Valor de produtos: **33,56€**
 Ao valor da compra serão acrescidos os gastos de envio.

Anexo 11 – Orçamento do equipamento das necessidades básicas de funcionamento



Simulador do Valor de Orçamento para Ligação à Rede de Baixa Tensão

Atenção:

- Este simulador não dispensa, nem substitui, a solicitação do pedido de ligação à rede (PLR), assim como a consulta da legislação e da regulamentação em vigor.
- O objectivo deste simulador é ajudá-lo a perceber qual o custo estimado do orçamento para a ligação definitiva da sua instalação à rede pública de distribuição em baixa tensão.
- Os valores considerados têm por base os Despachos da Entidade Reguladora dos Serviços Energéticos (ERSE) que podem ser consultados no site desta entidade (www.erse.pt).

- Edifício em regime de propriedade horizontal (Sim/Não)	<input type="text" value="Sim"/>
- Digite o valor da Potência Requisitada que se encontra na ficha electrotécnica	<input type="text" value="1,50"/> [kVA]
- Selecione o tipo de ligação que pretende (aérea ou subterrânea)	<input type="text" value="Subterrânea"/>
- Digite a distância aproximada entre o ponto de ligação à rede e o ponto de entrega à sua instalação eléctrica medida ao longo do caminho viário mais curto	<input type="text" value="600"/> [m]

Nota(s): Descrição dos valores da estimativa:

• Serviços de ligação, nos termos do art. 118.º do RRC.	36,57 €
• Comparticipação nas redes, nos termos do art. 116.º do RRC.	15,63 €
• Elementos de ligação de uso exclusivo, nos termos do art. 114.º do RRC.	(*)
• Elementos de ligação de uso partilhado, nos termos do art. 115.º do RRC.	11 645,10 €
• Eventuais encargos devidos a terceiros.	(a definir)

Valor total estimado do orçamento: 11 697,30 € (valor sem IVA)

(*) A construção dos elementos de ligação para uso exclusivo é da responsabilidade do requerente, sendo que por opção poderá também executar os elementos de ligação para uso partilhado.

O valor estimado é baseado apenas nos elementos fornecidos pelo interessado, deve ter-se em atenção que os dados técnicos de viabilidade no terreno podem ser diferentes, assim como podem surgir eventuais encargos com taxas de licenciamento dos elementos de ligação a construir ou valores devidos pela emissão de pareceres, licenças ou garantias que sejam necessárias para o mesmo fim, os quais são da responsabilidade do requerente.

Caso a instalação a ligar se encontre a uma distância superior a 600 metros do posto de transformação mais próximo, a presente estimativa está condicionado à eventual construção de infra-estruturas de rede de média tensão e de um posto de transformação no local, pelo que, só após fazer o pedido de requisição de ligação se pode determinar com rigor a solução técnica a implementar e o orçamento.

Para obter mais esclarecimentos ou informações de como poderá solicitar uma requisição de ligação à rede, dirija-se a uma loja EDP, consulte o site www.edpdistribuicao.pt ou utilize o telef. 808 505 505 (dias úteis das 08-20h).



- Depósitos de Água Verticais
- Depósitos de Água Horizontais
- Depósitos de Água Retangulares
- Reservatórios de Água Subterrâneos
- Depósito de Água Jarro Ósseo
- **Fossas Sépticas**
- Fossas Biológicas
- ETARS
- Separadores de Hidrocarbonetos
- Separadores de Gorduras
- Cercas e Vedações

Fossas Sépticas

Fossa Séptica Epurbloc 3000 Rectangular

Fossa Séptica horizontal com as seguintes características:

Duas entradas Ø 400mm
 Formato de alta resistência
 Entrada e saída de esgoto Ø 110 mm
 Pré-filtro biológico



Capacidade lt	Pessoas	Altura mm	Largura mm	Comprimento mm	Diâmetro tubo mm	Preço
3 000	10	1440	1190	2700	110	740,00

Reservatórios de Água Subterrâneos

Reservatório de água para enterrar horizontal
 Certificado de alimentabilidade
 20 anos de garantia contra corrosão

Reservatório de Água para Enterrar - Horizontal Subterrâneo



Modelos	Volume lt	Comprimento mm	Altura mm	Diâmetro mm	Boca Inspeção	Preço €
CHU 1000	1000	1415	1415	915	500	400,00
CHU 2000	2000	1800	1800	1300	500	579,00
CU-3000	3000	1920	1870	1585	500	753,00
CU-5000	5000	2380	2150	1860	500	1385,00
CU-10000	10000	3410	2225	2130	700	2795,00

Ao preço acresce iva à taxa em vigor

Worten –bomba de calor



Bomba de Calor GORENJE TC 120 ZNT

€1459,00

- 2 +

€2918,00



Anexo 12 – Orçamento do ar condicionado



[Contactos](#) | [A minha lista](#) | [A minha](#)

[PRODUTOS](#) | [IDEIAS E PROJETOS](#) | [PROMOÇÕES](#) | [SERVIÇOS](#) | [LOJAS](#)

Onde está: > [Carrinho de compras](#)



Carrinho de compras

CARRINHO

MORADAS

PAGAMENTO

CONFIRMAÇÃO

Apagar	Artigo	Qtd	IVA	Preço unitário	Subtotal
	 <div>Unidade interior HTW IX39 9000BTU Ref.18959052 Stock disponível</div>	4 <div><div>+</div><div>-</div></div>	0%	149,00€	149,00€
	 <div>Ar condicionado portátil EQUATION ACM 7000BTU Ref.14944363 Stock disponível</div>	1 <div><div>+</div><div>-</div></div>	0%	199,00€	199,00€

Valor de produtos:

795,00€

Ao valor da compra serão acrescidos os gastos de envio.

Anexo 13 – Orçamento do equipamento eficiente

- Valores obtidos através da revista da DECO Proteste para o melhor teste.

Limitadores de caudal **A nossa seleção**



Chuveiro de mão



87

HANSGROHE
REF.º 28561000

Muito eficiente e fácil de instalar. Temperatura da água estável.
€ 24,62 a € 28,05



86

TATAY
AQUAFRESH
REF.º 3310409

Muito eficiente e fácil de instalar. O rótulo poderia ser mais completo e elucidativo.
€ 10 a € 17,50



74

HIHIPPO ECOTAP
HP-185

Muito eficiente e fácil de instalar.
€ 6,95



73

ORFESA AQ CONTROL
START-STOP

Muito eficiente e fácil de instalar.
€ 6,95

Chuveiro



77

WURTH
ECONOMIZADOR
REF.º 888 951 110

Muito eficiente e fácil de instalar. O rótulo poderia ser mais completo e elucidativo.
€ 6,99

COMO TESTAMOS 15 LÂMPADAS

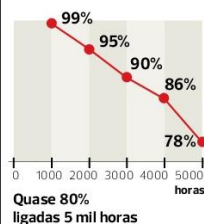
Em laboratório, analisámos o desempenho de 13 modelos fluorescentes compactos com intensidade entre 500 e 1000 lumens, e de 2 LED.

MERCÚRIO

Analisámos a composição química de vários modelos, para saber se é possível fabricar lâmpadas mais eficientes com menos químicos. Verificámos, por exemplo, se o teor de mercúrio influencia a capacidade de arranque da lâmpada.

DURABILIDADE

Avallámos o tempo de vida de cada modelo com base no desempenho ao fim de 5 mil horas, correspondente a um cenário de utilização de 5 anos. Para contabilizar o número de vezes que as lâmpadas podem ser ligadas e desligadas, sujeitámo-las a 30 mil ciclos de ligar e desligar.



76

OSRAM DULUXSTAR
MINI TWIST 11W

A mais eficiente. Chegou às 5 mil horas quase sem perda de intensidade. Modelo com menor impacto ambiental.
Entre € 6,07 e € 9,99
Custo anual de utilização € 2,75



69

LEXMAN ECONOMIA
ENERGIA 3 TUBOS 11W

Destaca-se na velocidade de arranque: emite metade do fluxo luminoso ao fim de 3 segundos. Menor quantidade de mercúrio.
Entre € 3,75 e € 3,95
Custo anual de utilização € 2,18



Anexo 14 – Orçamento dos produtos alimentares

CONTINENTE

CABAZ & FRESCOS

KASA

brinquedos

animais

ESCOLA

well's

CONTINENTE Negócios

ENTREGAZERO

O que procura?

Newsletter

Folhetos

Ajuda

Cartão Continente

Cartão Dá

Onde estás: Continente Online / Checkout

	<div>©</div> <div>Biscoitos Glacés Continente emb. 200 gr</div>	<div>€ 1,47</div> <div>€ 7,35 /kg</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	×	
	<div>©</div> <div>Molho para Batata Frita Continente emb. 260 gr</div>	<div>€ 1,39</div> <div>€ 5,41 /lt</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	×	
	<div>€</div> <div>Madalenas Clássicas Continente emb. 600 gr</div>	<div>€ 1,49</div> <div>€ 2,48 /kg</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	×	
	<div>©</div> <div>Tosta Sueca Continente emb. 225 gr</div>	<div>€ 0,54</div> <div>€ 2,40 /kg</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	×	
	<div>€</div> <div>Leite Creme El Mandarin emb. 4 x 23 gr</div>	<div>€ 1,39</div> <div>€ 15,11 /kg</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	×	

Resumo

Entrega 1 (59 artigos)

Artigos € 166,99

Serviço de entrega € 0,00

Total € 166,99

Pagamento >

SUPER PREÇO

€ 4,08 de desconto imediato

CONTINENTE

CABAZ & FRESCOS

KASA

brinquedos

animais

ESCOLA

well's

CONTINENTE Negócios

ENTREGAZERO

O que procura?

Newsletter

Folhetos

Ajuda

Cartão Continente

Cartão Dá

Onde estás: Continente Online / Checkout

Mercearia (34) ▾

	<div>©</div> <div>Óleo Alimentar de Girassol Continente emb. 3 lt</div>	<div>€ 4,69</div> <div>€ 1,56 /lt</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	×	
	<div>©</div> <div>Azeitonas Verdes Recheadas com Pasta de Pimento Continente emb. 350 gr</div>	<div>€ 1,05</div> <div>€ 3,00 /kg</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	×	
	<div>€</div> <div>Maionese Continente emb. 450 ml</div>	<div>€ 1,20</div> <div>€ 2,86 /lt</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	×	
	<div>©</div> <div>Mel Top Down Continente emb. 500 gr</div>	<div>€ 2,99</div> <div>€ 5,98 /kg</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	×	
	<div>€</div> <div>Mostarda Continente emb. 250 gr</div>	<div>€ 0,99</div> <div>€ 3,96 /kg</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	×	

Resumo

Entrega 1 (59 artigos)

Artigos € 166,99

Serviço de entrega € 0,00

Total € 166,99

Pagamento >

SUPER PREÇO

€ 4,08 de desconto imediato

CONTINENTE

CABAZ+FRESCOS

KASA

brinquedos

animais

ESCOLA

well's

CONTINENTE Negócios

ENTREGAZERO

O que procura?

Newsletter

Folhetos

Ajuda

Cartão Continente

Cartão Dá

Onde estás: Continente Online / Checkout

	<div>POUPE 25% ECONOMIA REALIZADA</div> <div>Farinha Preparada para Pão Sementes Branca de Neve emb. 500 gr</div> <div>Desconto imediato: 25%</div>	<div>€ 0,97</div> <div>€ 1,94 /kg</div> <div>€ 1,29 /un</div> <div>€ 2,58 /kg</div>	1		
	Tortilhas Farinha Trigo Old El Paso emb. 326 gr	<div>€ 3,29</div> <div>€ 10,09 /kg</div>	1		
	Infusão Frutos Vermelhos Saquetas Tetley 20 un	<div>€ 1,99</div> <div>€ 0,10 /un</div>	1		
	Mini Tostas Continente emb. 350 gr	<div>€ 1,59</div> <div>€ 4,54 /kg</div>	1		
	Mini Gressinos Integrais Continente Equilíbrio emb. 300 gr	<div>€ 1,09</div> <div>€ 3,63 /kg</div>	1		

Resumo

Entrega 1 (59 artigos)

Artigos € 166,99

Serviço de entrega € 0,00

Total € 166,99

Pagamento

SUPER PREÇO € 4,08 de desconto imediato

CONTINENTE

CABAZ+FRESCOS

KASA

brinquedos

animais

ESCOLA

well's

CONTINENTE Negócios

ENTREGAZERO

O que procura?

Newsletter

Folhetos

Ajuda

Cartão Continente

Cartão Dá

Onde estás: Continente Online / Checkout

	<div>Biscoitos Glacés Continente emb. 200 gr</div>	<div>€ 1,47</div> <div>€ 7,35 /kg</div>	1		
	Molho para Batata Frita Continente emb. 260 gr	<div>€ 1,39</div> <div>€ 5,41 /lt</div>	1		
	Madalenas Clássicas Continente emb. 600 gr	<div>€ 1,49</div> <div>€ 2,48 /kg</div>	1		
	Tosta Sueca Continente emb. 225 gr	<div>€ 0,54</div> <div>€ 2,40 /kg</div>	1		
	Leite Creme El Mandarin emb. 4 x 23 gr	<div>€ 1,39</div> <div>€ 15,11 /kg</div>	1		

Resumo

Entrega 1 (59 artigos)

Artigos € 166,99

Serviço de entrega € 0,00

Total € 166,99

Pagamento

SUPER PREÇO € 4,08 de desconto imediato

CONTINENTE

CABAZ&FRESCOS

KASA

brinquedos

animais

ESCOLA

well's

CONTINENTE Negócios

ENTREGAZERO

O que procura?

Newsletter

Folhetos

Ajuda

Cartão Continente

Cartão Dá

Onde está: Continente Online / Checkout

	<div> <div>POUR 25% DESCONTO IMEDIATO</div> </div> <div> <div>Pão Hot Dog Maxi Bimbo</div> <div>emb. 320 gr</div> <div>Desconto imediato: 25%</div> </div>	<div>€ 1,12</div> <div>€ 3,49 /kg</div> <div>€ 1,49 /un</div> <div>€ 4,66 /kg</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	✕	
	<div> <div>☉</div> </div> <div> <div>Café Platinum Cápsulas Continente</div> <div>10 un</div> </div>	<div>€ 2,49</div> <div>€ 0,25 /un</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	✕	
	<div> <div>☉</div> </div> <div> <div>Café Intenso Cápsulas Continente</div> <div>10 un</div> </div>	<div>€ 2,29</div> <div>€ 0,23 /un</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	✕	
	<div> <div>☉</div> </div> <div> <div>Café Descafeinado Cápsulas Continente</div> <div>10 un</div> </div>	<div>€ 2,29</div> <div>€ 0,23 /un</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	✕	
	<div> <div>€</div> </div> <div> <div>Chá Infusão de Cidreira com Mel Saquetas Tley</div> <div>10 un</div> </div>	<div>€ 1,09</div> <div>€ 0,11 /un</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	✕	

Resumo

Entrega 1 (59 artigos)

Artigos € 166,99

Serviço de entrega € 0,00

Total € 166,99

Pagamento >

SUPER PREÇO

€ 4,08 de desconto imediato

CONTINENTE

CABAZ&FRESCOS

KASA

brinquedos

animais

ESCOLA

well's

CONTINENTE Negócios

ENTREGAZERO

O que procura?

Newsletter

Folhetos

Ajuda

Cartão Continente

Cartão Dá

Onde está: Continente Online / Checkout

	<div> <div>€</div> </div> <div> <div>Chá de Cidreira Tley</div> <div>10 un</div> </div>	<div>€ 0,99</div> <div>€ 0,10 /un</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	✕	
	<div> <div>€</div> </div> <div> <div>Marmelada Casa da Prisca</div> <div>emb. 170 gr</div> </div>	<div>€ 1,99</div> <div>€ 11,71 /kg</div>	<div>1</div> <div>+</div> <div>-</div>	✕	
	<div> <div>Doce 5 Mini Frascos Bonne Maman</div> <div>emb. 250 gr</div> </div>	<div>€ 14,97</div> <div>€ 19,96 /kg</div>	<div>3</div> <div>+</div> <div>-</div>	✕	
	<div> <div>☉</div> </div> <div> <div>Corn Flakes Continente</div> <div>emb. 500 gr</div> </div>	<div>€ 3,96</div> <div>€ 1,98 /kg</div>	<div>4</div> <div>+</div> <div>-</div>	✕	
	<div> <div>€</div> <div>☉</div> </div> <div> <div>Cereais Milho Corn Flakes Continente</div> <div>emb. 1 kg</div> </div>	<div>€ 3,96</div> <div>€ 1,98 /kg</div>	<div>2</div> <div>+</div> <div>-</div>	✕	

Resumo

Entrega 1 (59 artigos)

Artigos € 166,99

Serviço de entrega € 0,00

Total € 166,99

Pagamento >

SUPER PREÇO

€ 4,08 de desconto imediato

CONTINENTE

CABAZA+FRESCOS

KASA

brinquedos

animais

ESCOLA

well's

CONTINENTE Negócios

ENTREGAZERO

O que procura?

Newsletter

Folhetos

Ajuda

Cartão Continente

Cartão Dá

Onde está: Continente Online / Checkout

	Pão Rústico Cereais Bimbo emb. 450 gr	€ 1,89 € 4,20 /kg	1			
	Pão Maxi Burguer Panrico emb. 300 gr	€ 1,49 € 4,97 /kg	1			
Laticínios (3)						
	Natas UHT Continente emb. 200 ml	€ 0,90 € 2,25 /lt	2			
	Molho Bechamel Continente emb. 500 ml	€ 1,09 € 2,18 /lt	1			
	Bebida de Soja Original Alpro emb. 1 lt	€ 2,98 € 1,49 /lt € 1,79 /lt € 1,79 /lt	2			
		Desconto imediato: €0,30				

Resumo

Entrega 1 (59 artigos)

Artigos € 166,99

Serviço de entrega € 0,00

Total € 166,99

Pagamento

SUPER PREÇO € 4,08 de desconto imediato

CONTINENTE

CABAZA+FRESCOS

KASA

brinquedos

animais

ESCOLA

well's

CONTINENTE Negócios

ENTREGAZERO

O que procura?

Newsletter

Folhetos

Ajuda

Cartão Continente

Cartão Dá

Onde está: Continente Online / Checkout

	Mistura de Pickles Continente emb. 300 gr	€ 2,00 € 6,67 /kg	1			
	Chouriço de Carne de Lamego Continente emb. 220 gr	€ 2,50 € 11,36 /kg	1			
	Chouriço de Porco Preto Continente emb. 150 gr	€ 1,00 € 6,67 /kg	1			
	Salpicão de Arganil Continente emb. 350 gr	€ 5,00 € 14,29 /kg	1			
	Tremoço Extra Continente emb. 800 gr	€ 3,00 € 3,75 /kg	1			

Resumo

Entrega 1 (59 artigos)

Artigos € 166,99

Serviço de entrega € 0,00

Total € 166,99

Pagamento

SUPER PREÇO € 4,08 de desconto imediato

CONTINENTE

CABAZ & FRESCOS

KASA

brinquedos

animais

ESCOLA

well's

CONTINENTE Negócios

ENTREGA ZERO

O que procura?

Newsletter

Folhetos

Ajuda

Cartão Continente

Cartão Dá

Onde está: Continente Online / Checkout

	Agua Tônica Schweppes emb. 4x20 cl	€ 6,69 € 8,36 /lt	1	✕
	Cerveja com Alcool Lata Super Bock emb. 24 x 33 cl	€ 23,76 € 3,00 /lt	1	✕
	Refrigerante com Gás Coca-Cola emb. 6x20 cl	€ 3,90 € 3,25 /lt	1	✕
Higiene (1)				
	Papel Higiénico Folha Dupla Continente 24 rolos	€ 3,34 € 0,14 /un	1	✕
Bebidas (4)				
	Bebida Energética Gaseificada Red Bull emb. 4 x 25 cl	€ 5,96 € 5,96 /lt	1	✕

Resumo

Entrega 1 (59 artigos)

Artigos € 166,99

Serviço de entrega € 0,00

Total € 166,99

Pagamento

SUPER PREÇO € 4,08 de desconto imediato

- Carne – 2,69€ frango+4,79€ peru+3,69€ lombo+2,55€ carne picada + 2,79€ bifanas +2,55€ almôndegas = 19,06€
- Fruta – 0,99€ laranjas + 1,99€ maçãs+1,39€ toranja+1,99€ limas+1,35€ limões+1,19€ tomates=8,9€

FRUTAS E LEGUMES

TALHO

PROMOÇÃO

Numa seleção de citrinos

40% OFF

1,49

30% OFF

0,99

25% OFF

0,89

30% OFF

1,39

40% OFF

1,35

FEIRÃO CONTINENTE

15 e 16 NOVEMBRO

1,99

0,75

0,85

40% OFF

1,29

30% OFF

2,29

30% OFF

1,99

40% OFF

1,99

30% OFF

1,49

15% OFF

2,99

20% OFF

1,59

35% OFF

1,59

Frescos Biológicos

30% OFF

1,39

35% OFF

1,59

30% OFF

2,99

20% OFF

4,79

25% OFF

2,99

25% OFF

2,99

20% OFF

6,99

25% OFF

5,49

20% OFF

7,99

20% OFF

9,99

Nesta seleção de artigos

20% OFF

15% OFF

20% OFF

3,59

Nesta seleção de picados de porco da marca Fácil & Bom

25% OFF

30% OFF

30% OFF

25% OFF

3,59

20% OFF

4,79

CONTINENTE

CABAZ+FRESCOS

KASA

brinquedos

animais

ESCOLA

well

CONTINENTE
Negócios

ENTREGAZERO

O que procura?

Newsletter

Folhetos


Ajuda

Cartão Continente

Cartão Dá

Onde está: Continente Online / Checkout

Campanhas e Sugestões (9)



€

Néctar Vital Manga / Laranja Compal emb. 1 lt

€ 5,96


€ 1,49 /lt

4

+

-

×



€

Agua sem Gás Family Fastio garrafão 2,5 lt

€ 2,91

€ 0,29 /lt

€ 4,04 /un


€ 0,42 /lt

4

+

-

×



€

Agua com Gás Limão Castello emb. 6 x 25 cl

€ 3,26


€ 2,17 /lt

1

+

-

×



€

Néctar 8 Frutos Um Bongo emb. 6 x 20 cl

€ 2,48


€ 2,07 /lt

1

+

-

×



€

Chá Frutos Silvestres Pyramid Saquetas Lipton 20 un

€ 1,42

€ 0,07 /un

€ 2,19 /un

€ 0,11 /un

1

+

-

×

Resumo

Entrega 1 (59 artigos)

Artigos € 166,99

Serviço de entrega € 0,00

Total € 166,99

Pagamento >

SUPER PREÇO

€ 4,08 de desconto imediato

Anexo 15 – Orçamento dos produtos de limpeza



CARRINHO DE COMPRAS



Limpa fornos e acessórios 0.5lt
Não escorre.

1

REFERÊNCIA
3496313

€7,99 ✕



Limpeza expresso para recuperadores de calor 0.5lt
Não ataca as juntas de amianto.

1

REFERÊNCIA
3299079

€7,99 ✕



Limpa bancadas de cozinhas em pedra natural 0.5lt
Limpa sem deixar riscos.

1

REFERÊNCIA
3452033

€4,99 ✕



Pano WC 30X35cm Lefthelt
Altamente absorvente, durável e resistente a produtos abrasivos.

1

REFERÊNCIA
3261782

€3,49 ✕



Luvas Proteção químicos T8
Ótima proteção contra químicos.

1

REFERÊNCIA
3497694

€2,99 ✕



Recarga Mopa Microfibras Pippo

1

REFERÊNCIA
3293978

€2,49 ✕



Limpa alumínio e inox cromado 0.25lt

1

REFERÊNCIA
3496444

€7,49 ✕



Lava tudo para superfícies de madeira 1,5lt
Desenvolvido especialmente para a lavagem de superfícies de madeira lavável como por exemplo: chão de madeira envernizada, portas, móveis, madeira pintada e também todo o tipo de pavimentos flutuantes.

1

REFERÊNCIA
3497977

€6,29 ✕



Detergente Multissuperfícies 0.75lt
Remove sujidade e gordura. Brilho sem marcas em segundos.



Limpa pavimentos flutuantes 0,75lt
Limpeza sem manchas de todos os pavimentos flutuantes. A sua fórmula inovadora, para além de limpar, protege eficazmente todas as zonas sensíveis à água (como juntas, cantos ou zonas danificadas) ao mesmo tempo que evita a criação de humidade e o inchar indesejado dos pavimentos flutuantes.

CÓDIGO PROMOCIONAL

ENVIAR

SUBTOTAL

10 ARTIGOS

€54,00

TOTAL DA ENCOMENDA

10 ARTIGOS

€54,00

Anexo 16 – Orçamento do material de desgaste rápido

O seu carrinho de compras

A sua encomenda qualifica-se para Entrega Grátis! Entrega grátis

[Continuar a comprar](#) | [Gravar como Lista de Favoritos](#)

Entrega estimada (4 produto(s)): 24h úteis (c/ confirmação de pagamento até às 15h)



albano alves Rolo Papel MB Térmico 57x40x11 10 Unidades
Produto WW-160905

Qty. + -

[Atualizar](#) | [Remover](#)
8,12 € caixa 10 rolos
[+ POR - ▼](#)

16,24 €

[Adicionar a uma Lista de Favoritos](#)



albano alves Papel Computador 12x9,5 3 Vias Auto 500 Folhas
Produto WW-468794

Qty. + -

[Atualizar](#) | [Remover](#)
48,77 € pack 500 folhas
[+ POR - ▼](#)

48,77 €

[Adicionar a uma Lista de Favoritos](#)




HP Tinteiro Original 301XL de Alto Rendimento, Preto, Individual, CH563EE
Produto WW-108171

Qty. + -

[Atualizar](#) | [Remover](#)
30,07 € unidade
[+ POR - ▼](#)

30,07 €

[Adicionar a uma Lista de Favoritos](#)



Post-it® Dispensador curvo para notas aderentes Z-Notes, azul/cinza com Z-Notes de 76 x 76, cores néon sortidas, 8 x 100 folhas CRV-8P
Produto WW-292644

Qty. + -

[Atualizar](#) | [Remover](#)
9,09 € conjunto 9 unidades

Antes 13,60 €
3,91 €
9,09 €

[Adicionar a uma Lista de Favoritos](#)

Total: 104,17 €

Finalizar	
Subtotal Sem IVA:	104,17 €
Portes de envio (excepto libras) si IVA:	Grátis
Total:	104,17 €
Valor IVA:	23,96 €
Total IVA inc.:	128,13 €
Portes Grátis em entregas nas Lojas Staples! Cupões poderão ser aplicados no próximo passo.	

Continuar a comprar

Portes Grátis em entregas nas Lojas Staples! Cupões poderão ser aplicados no próximo passo.

Anexo 17 – Orçamento do seguro multiriscos e acidentes de trabalho

MULTIRRISCOS COMERCIO E SERVIÇOS

Simulação de Preço



DADOS GERAIS

Número de Empregados	01
Faturação Anual	26.136,00 Euros
Código Estatístico	(552020000) Turismo no espaço rural

DADOS RISCO

Data Início do Seguro	01-12-2017
Ano de Construção	2017
Tipo de Construção	2º Risco
Código-Postal	3750
Proximidade de Rios, Mares ou Lagos	Não
Imóvel está devoluto/desocupado?	Não
Medidas de Proteção contra Roubo	Alarme anti-Roubo ligado a Central
Medidas de Proteção contra Incêndio	Extintores + Rede Incêndio Armada

COBERTURAS

CAPITAIS (Euro)

FRANQUIAS

Edifício - Coberturas Base	44.000,00 Euros	5% do Valor Indemnizável - Min. de 100,0 Euro
Conteúdo - Coberturas Base	27.500,00 Euros	5% do Valor Indemnizável - Min. de 100,0 Euro
Danos Estéticos	2.200,00 Euros	Sem Franquia
Danos em Jardins	10.000,00 Euros	
Roubo	27.500,00 Euros	5% do Valor Indemnizável - Min. de 100,0 Euro
Riscos Elétricos	10.000,00 Euros	5% do Valor Indemnizável - Min. de 100,0 Eur e Máx. de 500,0 Euro
Equipamento Electrónico	2.500,00 Euros	5% do Valor Indemnizável - Min. de 100,0 Eur e Máx. de 500,0 Eur
Mercadorias Transportadas		
- Sem Roubo	500,00 Euros	
Valores	Caixa 3.000,00 Eur; Cofre 7.500,00 Eur; Em Transito 4.500,00 Eur	
Bens Refrigerados	2.000,00 Euros	5% do Valor Indemnizável - Min. de 100,0 Eur
Avaria de Máquinas	5.000,00 Euros	5% do Valor Indemnizável - Min. de 100,0 Eur e Máx. de 500,0 Eur
Fenómenos Sísmicos		
- Edifício	44.000,00 Euros	5% sobre o Capital Seguro
- Conteúdo	27.500,00 Euros	5% sobre o Capital Seguro
- Equipamento Electrónico	2.500,00 Euros	5% s/Capital
RC Proprietário	250.000,00 Euros	5% do Valor Indemnizável - Min. de 100,0 Euro
RC Exploração	150.000,00 Euros	5% do Valor Indemnizável - Min. de 100,0 Euro
RC Canalizações e Cabos	15.000,00 Euros	Sem Franquia
RC Intoxicação Alimentar	75.000,00 Euros	5% do Valor Indemnizável - Min. de 100,0 Euro
Proteção a Clientes e Visitantes	Incluído	
Proteção Jurídica	Incluído	
Assistência ao Estabelecimento	Incluído	

SIMULAÇÃO DE PREÇO

Modalidade	Prémio Anual	Prémio Semestral	Prémio Trimestral
HOTELARIA-COMPLETO AG	518.15 Euros	264.26 Euros	134.72 Euros

Acresce ao valor do 1º recibo 6 euros de Custo de Apólice.

DADOS DO AGENTE/ESCRITÓRIO

Nome	JOSE MARIO RODRIGUES SANTOS	FAX	234525692
Morada	RUA PRINCIPAL 21	E-mail	seguros@mariosantos.pt
Código Postal	3750-591 JAFATE DE CIMA	Telemóvel	965426071
Telefone	302001774		

NOTAS

Esta simulação é válida por 30 dias contados da data da simulação ou até 31 de dezembro do presente ano ou, no caso de modalidade em campanha, até ao último dia da mesma, consoante o que se verifique primeiro e não vincula a MAPFRE à aceitação e correspondente celebração de um contrato de seguro nos termos nela consignados.

Os valores simulados são meramente indicativos e a presente simulação não tem valor enquanto proposta para subscrição de um contrato de seguro, pelo que a aceitação de qualquer contrato com as características indicadas, dependerá sempre do integral preenchimento da Proposta de seguro e da receção de todos os documentos e elementos que a MAPFRE indique como necessários para a análise e aceitação do risco.

A informação constante desta simulação não dispensa a consulta da informação pré-contratual e contratual legalmente exigida.

Impresso em 24-11-2017

MAPFRE Seguros Gerais, S.A. C.R.C de Lisboa, NIPC: 502245816 - Capital Social: €33.108.650



Proposta Seguro Obrigatório de Acidentes de Trabalho:

1 Gerente com funções gerais, salário de 900€/Mês

Prémio Anual 317,52€

Anexo 18 – Orçamento do empréstimo bancário

FICHA DE INFORMAÇÃO NORMALIZADA EM MATÉRIA DE CRÉDITO AOS CONSUMIDORES, EM CASO DE CONTRATAÇÃO À DISTÂNCIA - GERAL INFORMAÇÃO PRÉ-CONTRATUAL

A. ELEMENTOS DE IDENTIFICAÇÃO

1. Identificação da instituição de crédito	
1.1. Denominação	Cofidis (Sucursal da S.A. francesa Cofidis, com o capital social de 67.500.000,00€), com sede em Av. de Berna, nº 52, 6º, 1069-046 Lisboa.
1.2. Endereço	Telefone: 808 25 25 25, Fax: 21 761 38 07, E-mail: cofidis@cofidis.pt
1.3. Contactos	Website: cofidis.pt
2. Identificação do representante da instituição de crédito (se aplicável)	
2.1. Denominação	Não aplicável
2.2. Endereço correspondência	
2.3. Contactos	
3. Identificação do intermediário de crédito (se aplicável)	
3.1. Denominação	Não aplicável
3.2. Endereço	
3.3. Contactos	
3.4. Tipo de intermediário	
4. Registo comercial da instituição de crédito (se aplicável)	
4.1. Registo comercial	NIPC 980125995 e matriculada na C. R. Comercial de Lisboa, sob o mesmo número
4.2. Número de registo	
4.3. Autoridade de supervisão	Instituição de Crédito supervisionada pelo Banco de Portugal
5. Data da FIN	
A presente FIN foi elaborada em 30-11-2017	

B. DESCRIÇÃO DAS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO CRÉDITO

1. Tipo de crédito	
1.1. Designação comercial do produto	Contrato de crédito pessoal a reembolsar em prestações de duração e montante fixos.
1.2. Categoria	Para efeitos de regulamentação das taxas máximas aplicáveis, este contrato de crédito insere-se no tipo "Crédito Pessoal - Sem finalidade específica" ou "Outros Créditos Pessoais"
2. Montante total do crédito	
50000,00 €	
3. Condições de utilização	
Após o pedido de crédito ser aceite pela Cofidis, esta procederá à transferência bancária da totalidade do montante total do crédito para uma conta DO do consumidor indicada na Autorização de Débito Directo (ADD SEPA) que faz parte integrante do contrato de crédito.	
4. Duração do contrato (meses)	
Crédito a reembolsar em 120 meses.	
5. Reembolso do crédito	
5.1. Modalidade de reembolso	Normal
5.2. Regime de prestações	As prestações mensais são constantes, do valor fixo de 670,43€, à exceção da primeira (que inclui o Imposto do Selo do contrato de 750,00 €, e eventuais ajustamentos dos juros contratuais considerando a data efetiva de financiamento - se aplicável) e da última. O valor concreto desta primeira prestação será informado pela IC no primeiro extrato mensal. O valor da última prestação de reembolso do crédito poderá ser objeto de acertos para regularização de juros ou encargos vencidos e será informado pela IC ao CLT.
5.3. Montante da prestação	743,88 €. Se aderiu ao seguro o custo não incluído na TAEG é de 73,45 €/mês, e está incluído no valor da prestação apresentada.
5.4. Número de prestações (se aplicável)	120
5.5. Periodicidade da prestação	Mensal.
5.6. Imputação (se aplicável)	As prestações mensais e o reembolso antecipado são imputados ao saldo devedor pela ordem seguinte: prémio de seguro (quando aplicável), impostos e despesas ou encargos vencidos, comissões, juros e, por último, ao remanescente do capital em dívida. Não existem taxas diferenciadas.
6. Contrato coligado (se aplicável)	
6.1. Bem ou Serviço	Não aplicável
6.2. Preço a pronto	Não aplicável

7. Garantias	
	Não aplicável
8. Reembolso antecipado	
8.1. Comissão de reembolso antecipado	A Cofidis não cobra atualmente qualquer comissão de reembolso antecipado. O consumidor tem o direito de, em qualquer momento, cumprir antecipadamente, total ou parcialmente, o contrato de crédito, mediante pré-aviso não inferior a 30 dias, enviado à Cofidis em papel ou noutro suporte duradouro.
8.2. Condições de exercício	

C. CUSTO DO CRÉDITO

1. Taxa de juro anual nominal (TAN)	
1.1. Taxa de juro nominal (TAN)	9,95 %
1.2. Regime de taxa de juro	Taxa fixa e não sujeita a arredondamento.
1.3. Se aplicável taxa de juro nominal fixa	Não aplicável.
1.3.1 Identificação da taxa base (se aplicável)	Nos termos dos art.ºs. 12, n.ºs. 3 e 4 e 14 do DL 133/2009, a TAN poderá ser alterada pela IC desde que corresponda a variações do mercado ou razões atendíveis (detalhadas na Cláusula 14 da proposta de contrato) e desde que tais alterações sejam comunicadas por escrito ao CLT com 90 dias de antecedência, o qual, se não as aceitar, poderá resolver o contrato nos 90 dias seguintes, antecipando o pagamento total do montante em dívida e sem pagamento da Comissão de Reembolso Antecipado.
1.3.2 Valor da taxa base na data da FIN (se aplicável)	
1.3.3. Spread inicial (se aplicável)	
1.3.4. Alteração da taxa de juro nominal (se aplicável)	
1.4. Se aplicável taxa de juro nominal variável	Não aplicável
1.4.1. Identificação do indexante	
1.4.2. Valor do indexante na data da FIN	
1.4.3. Spread	
1.4.4. Periodicidade de revisão da taxa	
2. Taxa anual de encargos efetiva global (TAEG)	
TAEG de 11,30 %	
A TAEG é calculada de acordo com a expressão matemática constante do Anexo I do DL 133/2009 e apresentada de acordo com o mesmo DL 133/2009 e com as intruções do Banco de Portugal. O cálculo de juros é feito com base nas convenções 30/360 e Atual/360 para os juros diários.	
O custo do seguro de proteção de crédito, que é facultativo, não está incluído na TAEG.	
Todas as características do crédito são identificadas nas Condições Particulares do Contrato.	
3. Encargos incluídos na TAEG	
3.1. Valor total dos encargos	1921,18 € (valor do ISUC e do IS sobre juros).
3.2. Discriminação dos encargos incluídos na TAEG	
3.2.1. Comissões de abertura de contrato (se aplicável)	Não aplicável
3.2.2. Comissões de processamento de prestações (se aplicável)	Não aplicável
3.2.3. Anuidades (se aplicável)	Não aplicável
3.2.4. Seguros exigidos (se aplicável)	Não aplicável
3.2.5. Impostos (se aplicável)	Imposto do Selo pela Utilização do Crédito: 750,00 € Imposto do Selo sobre Juros (4,00% sobre o valor cobrado a título de juros): 1171,18 €
3.2.6. Custos de utilização de meios de comunicação à distância	Não aplicável
3.2.7. Comissões de intermediação de crédito (se aplicável)	Não aplicável
3.2.8. Custos conexos (se aplicável)	Não aplicável
(i) Custos com contas de depósito à ordem	Nos termos dos art.ºs. 12, n.ºs. 3 e 4 e 14 do DL 133/2009, a TAEG ou o montante de quaisquer outros encargos aplicáveis (designadamente comissões, impostos, encargos com seguro, ou outras despesas que o CLT deva suportar) poderão ser alteradas pela IC desde que correspondam a variações do mercado (detalhadas na Cláusula 14 da proposta de contrato) e desde que tais alterações sejam comunicadas por escrito ao CLT com 90
(ii) Custos com meios de pagamento	
(iii) Outros custos	
(iv) Condições de alteração dos custos	

	dias de antecedência, o qual, se não as aceitar, poderá resolver o contrato nos 90 dias seguintes, antecipando o pagamento total do montante em dívida e sem pagamento da Comissão de Reembolso Antecipado.
4. Contratos acessórios exigidos (se aplicável)	
4.1. Seguros exigidos	O seguro de grupo de proteção de crédito proposto é de adesão facultativa.
4.1.1. Coberturas mínimas exigidas:	Não aplicável
4.1.2. Descrição	Não aplicável
(i) Designação do produto	
(ii) Periodicidade de pagamento	
(iii) Prémio de seguro previsível	
(iv) Outros custos do seguro	
4.2. Outros contratos exigidos	Não aplicável
5. Montante total imputado ao consumidor (se aplicável)	
Montante total imputado ao CLT: 81201,60 € <i>(multiplicar o valor das prestações sem seguro pelo seu número total e somar o ISUC)</i> Custo total do crédito para o CLT: 31201,60 € <i>(é o valor anterior menos o montante total do crédito, ou seja, o capital mutuado)</i> Prémio de Seguro facultativo e não incluído na TAEG: 8814,00 € <i>(multiplicar o valor do seguro mensal pelo número de prestações)</i>	
6. Custos notariais (se aplicável)	
Não aplicável	
7. Custos por falta de pagamento	
7.1. Taxa de juro de mora	Sobretaxa anual máxima permitida por lei, que, neste momento, é de 3% a acrescer à taxa de juros remuneratórios (TAN) aplicável sobre os valores em atraso e durante o tempo em que se verifique tal atraso.
7.2. Regras de aplicação da taxa de juro de mora	A falta de pagamento da prestação mensal no dia de vencimento importa o cálculo de juros moratórios.
7.3. Outros encargos (se aplicável)	A falta de pagamento da prestação mensal do crédito no dia de vencimento terá custos adicionais para o consumidor sendo ainda aplicada comissão por atraso no pagamento da prestação (para recuperação dos valores em dívida) - não incluída na TAEG - por cada prestação vencida e em mora de 4% sobre o montante da prestação mensal em atraso com o limite mínimo de 12,00€ e máximo de 150,00€. Estes valores serão atualizados anualmente mediante portaria do Governo a publicar até 30 de novembro do ano anterior; essa atualização repercutir-se-á no Preçário da IC sem necessidade de notificação aos devedores. O montante da prestação em mora inclui os valores que entram no cálculo da TAEG, bem como as quantias que integram a prestação total e que são cobradas conjuntamente, designadamente o seguro, se aplicável. Ao valor das comissões acresce o Imposto do Selo de 4%.
7.4. Consequências da falta de pagamento (se aplicável)	Em caso de incumprimento definitivo será aplicada uma comissão de incumprimento (não incluída na TAEG) que constitui a cláusula penal indemnizatória pelo incumprimento definitivo: 8% sobre o montante total em dívida, incluindo prestações e quaisquer outros valores vencidos e não pagos, nomeadamente Imposto do Selo, encargos de seguro, outras comissões (salvo as comissões por atraso no pagamento das prestações) e despesas após anulação das comissões por atraso no pagamento das prestações em dívida e do respetivo Imposto do Selo (acrescem 4% sobre a comissão para Imposto do Selo). Haverá incumprimento definitivo quando, cumulativamente i) se encontrar em falta o pagamento de, pelo menos, duas prestações sucessivas, desde que o valor em conjunto das prestações em falta exceda 10% do montante total do crédito e (ii) se o consumidor, depois de avisado, não efetuar o pagamento em 15 dias de calendário. A Cofidis está obrigada a comunicar à Central de Responsabilidades de Crédito do Banco de Portugal as responsabilidades efetivas ou potenciais decorrentes do contrato de crédito, bem como os respetivos saldos mensais e sua situação, incluindo a eventual mora ou incumprimento.

D. OUTROS ASPECTOS JURÍDICOS

1. Direito de revogação	
<p>O consumidor tem o direito de revogar o contrato de crédito no prazo de 14 dias de calendário, a contar da data de celebração do contrato ou da data de receção pelo consumidor do exemplar do contrato se essa data for posterior à receção do exemplar do contrato sem necessidade de invocar qualquer motivo, nos termos do artigo 17 do Decreto-Lei n.º 133/2009, de 2 de junho, enviando à IC uma declaração de revogação, em papel ou noutro suporte duradouro.</p>	
2. Rejeição de pedido de crédito	
<p>O consumidor tem direito a ser informado, imediata, gratuita e justificadamente, do resultado da consulta de uma base de dados para verificação da sua solvabilidade, se o pedido de crédito for rejeitado com fundamento nessa consulta, exceto se tal comunicação for proibida pelo direito comunitário ou se for contrária aos objetivos da ordem pública ou da segurança pública.</p>	
3. Cópia do contrato	
<p>Na data em que é enviada ao consumidor a presente FIN são também entregues o(s) exemplar(es) da proposta de contrato de crédito: um para, depois de assinado e preenchido, ser enviado à Cofidis e outro que se destina a ser conservado pelo consumidor. Caso a presente proposta de contrato de crédito tenha 2 titulares é entregue um exemplar a cada um.</p> <p>Só após a análise da proposta de contrato, solvabilidade do consumidor e documentação anexa, a Cofidis comunicará a recusa ou aceitação da proposta. Considera-se como data de celebração e conclusão do contrato a data da comunicação pela IC da aceitação definitiva do crédito.</p> <p>Em qualquer outra altura, o consumidor tem direito de, a pedido, obter gratuitamente uma cópia do contrato de crédito.</p>	
4. Lei aplicável	
4.1. Lei aplicável antes da celebração do contrato	Lei portuguesa
4.2. Lei aplicável ao contrato	Lei portuguesa
4.3. Foro competente	Lisboa ou o domicílio do consumidor se a iniciativa processual for da Cofidis.
5. Resolução de litígios (se aplicável)	
<p>Em caso de litígio, o consumidor pode recorrer aos meios de resolução alternativa de litígios, através dos Centros de Arbitragem de que a Cofidis é aderente: CACCL - Centro de Arbitragem de Conflitos de Consumo de Lisboa (http://www.centroarbitragemlisboa.pt/) e CNIACC - Centro Nacional de Informação e Arbitragem de Conflitos de Consumo (http://www.arbitragemdeconsumo.org/) ou através da Plataforma Europeia RLL, caso a proposta de crédito tenha sido apresentada no site da Cofidis. Para mais informações sobre estes meios de resolução alternativa de litígios, pode consultar a informação disponível no site da Cofidis (cofidis.pt) ou no Portal do Consumidor (www.consumidor.pt).</p> <p>As reclamações podem também ser apresentadas à Cofidis por telefone, para o nº 21 761 18 90 (Serviço de Clientes) ou por escrito, dirigindo-se diretamente ao Provedor do Cliente, para a morada Av. de Berna, nº 52, 6º, 1069-046 Lisboa; no site cofidis.pt; através do Livro de Reclamações, nos termos legais previstos; ou apresentar reclamações junto do Banco de Portugal no portal cliente.bancario.bportugal.pt.</p>	
6. Idioma (se aplicável)	
<p>O idioma do contrato, da informação pré-contratual e de todas as comunicações relativas ao contrato é o português.</p>	
7. Prazo das condições da FIN	
<p>As informações constantes deste documento são válidas até 31.12.2018, salvo eventuais alterações das condições financeiras, decorrentes, nomeadamente, da fixação trimestral pelo Banco de Portugal das taxas máximas.</p>	

Anexo 19– Tarifário das licenças

TABELA DE TAXAS

Artigo	Nº	Designação	Taxa
CAPÍTULO I			
Serviços diversos			
1.º		Serviços diversos não especificamente contemplados na presente tabela:	
1.1		Licenças, meras comunicações prévias, comunicações prévias com prazo e autorizações, bem como suas renovações	25,00 €
1.2		Averbamentos de processos ou alvarás	25,00 €
1.3		Fornecimento de segundas vias de documentos	15,00 €
1.4		Outros serviços ou atos de natureza burocrática não expressamente previstos, cada	15,00 €
2.º		Certidões, declarações e outros	
2.1		Certidões ou fotocópias autenticadas	
		Não excedendo uma lauda ou face	5,50 €
		Por cada lauda ou face, além da primeira, ainda que incompleta	1,50 €
2.2		Declarações ou documentos análogos e suas confirmações	5,50 €
2.3		Autos ou termos, de qualquer espécie	10,00 €
2.4		Declarações de não existência de documentos no arquivo	10,00 €
3.º		Fotocópias simples e outras reproduções:	
3.1		Fotocópias simples e outras reproduções de processos e documentos:	
		Por cada face, a preto, tamanho A4	0,50 €
		Por cada face, a cores, tamanho A4	0,80 €
		Por cada face, a preto, tamanho A3	0,90 €
		Por cada face, a cores, tamanho A3	2,00 €
		Por cada face, a preto, tamanho A2	1,60 €
		Por cada face, a cores, tamanho A2	4,00 €
		Por cada face, a preto, tamanho A1	3,20 €
		Por cada face, a cores, tamanho A1	8,00 €
		Por cada face, a preto, tamanho A0	6,40 €
		Por cada face, a cores, tamanho A0	16,00 €
3.2		Cópias de projetos de obras particulares destinadas à inscrição do prédio nas finanças	grátis
3.3		Fornecimento de cartografia em formato digital, à escala 1:10 000 até 12 ha sem qualquer informação adicional dos SIG, por cada hectare	0,80 €
3.4		Fornecimento de mapas personalizados:	
		Fornecimento em papel	56,00 €
		Fornecimento em suporte digital	50,00 €
3.5		Fornecimento de mapas temáticos:	
		Fornecimento em papel	12,00 €
		Fornecimento em suporte digital	4,00 €
3.6		Fornecimento de informação geográfica vetorial:	
		Folha/ camada de informação	25,00 €
		Camada da toponímia de rede viária, lugares, números de polícia, por folha	75,00 €
3.7		Suporte (CD-ROM) para as cópias em formato digital	5,00 €
3.8		Fotocópias ou outras reproduções a fornecer na Biblioteca ou no Fórum da Juventude:	
		Fotocópias, por cada face, a preto, tamanho A4	0,10 €
		Impressões, por cada face, a preto, tamanho A4	0,15 €
		Impressões, por cada face, a cores, tamanho A4	0,45 €
		CD, cada	1,00 €
3.9		Postais:	
		Venda avulso, cada postal	0,40 €
		Para revenda, cada postal	0,25 €

Obras de construção, reconstrução e ampliação de edificações com base na seguinte fórmula:

$$TML = V \times A$$

em que:

V - valor por metro quadrado de construção de acordo com a tabela constante do anexo B do presente Código;

A - área de construção a licenciar ou comunicar.

* Considerou-se um método de cálculo que inclui no valor da TML o valor correspondente à taxa pela realização, manutenção e reforço das infraestruturas urbanísticas.

**O valor encontrado pela aplicação

da fórmula referida inclui:

- a) Análise do projeto de arquitetura e de todos os projetos de especialidade;
- b) Emissão do alvará e admissão da comunicação prévia;
- c) Fornecimento do livro de obra;
- d) A autorização de utilização sem vistoria.

***Processos de construção inseridos em processos de loteamento e com impacto semelhante a um loteamento, onde o loteador tenha executado infraestruturas para além dos passeios pedonais, a TML tem uma redução de 75%.

9.2 Legalizações

a) Alterações com o objetivo de licenciar ou comunicar obras já iniciadas e não concluídas:

1) Com ampliação: o resultado da

aplicação da taxa correspondente à área da ampliação;

2) Sem ampliação: 50,00 €.

b) Reformulação de obras existentes e concluídas:

1) Com ampliação: TML a aplicar sobre a área da ampliação;

2) Sem ampliação: 35,00 €;

3) Alteração de fachadas: 25,00 €.

* As alterações de obras em curso, com alvará de licença válido ou comunicação prévia aprovada, não são objeto de cobrança de taxas, exceto se houver aumento de área de construção.

**Nos processos de licença ou comunicação prévia cujas obras estejam concluídas ou não, ao valor de V são acrescidas seis décimas.

9.3 Demolições

Obras de demolição, de acordo com a seguinte fórmula:

$$TMLd = A \times B$$

em que:

A - área de implantação da edificação a demolir;

B - 0,30 € / m² os primeiros 300,00 m² de área de implantação;

- 0,05 € / m² os seguintes.

* Só se aplica quando se trate de demolição não integrada em processo de construção ou remodelação.

9.4 Remodelação de terrenos

Trabalhos de remodelação de terrenos (exceto os casos previstos no número 1 do artigo 16.º da presente tabela), não inseridos em processos de loteamento ou de construção, devendo os respetivos projetos de licenciamento conter tabela que especifique o volume de terras (retiradas/deslocadas/colocadas)

1,00€/m³

9.5 Túneis de lavagens de viaturas

Instalação de túneis de lavagens de viaturas, independentemente de ser licenciada em conjunto ou autonomamente com outra atividade, unidade

250,00 €

4.º	Registo de cidadãos da União Europeia Emissão de certificado de registo, pela componente municipal, nos termos da Portaria n.º 1334-D/2010, de 31 de dezembro	7,50 €
-----	--	--------

CAPÍTULO II
Urbanismo
SECÇÃO I

Ocupação do espaço público

5.º	TOEP - Taxa de ocupação do espaço público em resultado de operações urbanísticas	
5.1	Operações urbanísticas, de acordo com a seguinte fórmula: $TOEP = a \times t \times 3,00 \text{ €}$ em que: a - área a ocupar; t - número de meses ou fração.	
5.2	Estaleiros de construções em áreas que foram objeto de loteamento ou com impacto semelhante a loteamento, nas áreas cedidas no âmbito do licenciamento, desde que o tempo de ocupação seja limitado à validade do alvará de licença ou da comunicação prévia aprovada da realização das infraestruturas e, cumulativamente, não colida com circulação ou acesso aos vários lotes constituídos. * Quando for pedida a ocupação da via pública para a instalação de estaleiros, nestas situações e nos casos em que já tenha ocorrido a receção provisória das infraestruturas, o requerente do licenciamento ou da comunicação prévia da obra tem de proceder em conformidade com o estipulado no artigo 6.º/A1.	grátis

6.º	TEA - Taxa de ocupação do espaço público aéreo Com varandas ou corpos balançados, em função da área ocupada e do número de pisos em que se verifica essa ocupação, de acordo com a seguinte fórmula: $TEA = a \times n \times 120,00 \text{ €}$ em que: a - área de ocupação do corpo balançado; n - número de pisos em que se verifica essa ocupação. * As taxas devidas por esta ocupação devem ser liquidadas em simultâneo com o pagamento da TML.	
-----	--	--

SECÇÃO II
Edificações

7.º	Informação prévia Informação prévia sobre a viabilidade e condicionalismos de construção ou de qualquer operação urbanística	40,00 €
8.º	Pedidos de informação Pedidos de informação ao abrigo do estabelecido na alínea a) do número 1 do artigo 110.º do RJUE	20,00 €
9.º	TML - Taxa municipal de licenciamento ou de comunicação prévia	
9.1	Edificações	

10.º	TML - Muros	
10.1	Muros confinantes até à altura de 1,20m e muros de extremas até 1,80m, bem como, todos os muros de suporte de terras até 0,50m acima do solo natural	grátis
10.2	Muros confinantes a partir das alturas previstas no número anterior, por cada 0,10 m de altura por cada metro de extensão	10,00 €
10.3	Muros de extremas com altura superior a 1,80 m e os muros de suporte de terras com altura superior a 2,00 m, por cada 0,10 m de altura por cada metro de extensão	5,00 €
10.4	Gradeamentos desde que a área de vazado seja, no mínimo, 50% da sua área total	grátis
11.º	TML - Tanques, piscinas ou outros recipientes e poços ou furos de captação de água	
11.1	Tanques, piscinas ou outros recipientes, por cada metro cúbico	10,00 €
11.2	Tanques destinados à rega	grátis
11.3	Furos ou poços, unidade	100,00 €
12.º	TLCP - Taxa de licenciamento de construções precárias	
12.1	1) Pavilhões ou estruturas, metálicos ou não, para apoio a qualquer atividade relacionada com a venda de produtos e mercadorias, nomeadamente automóveis, plantas, lareiras, vasos e equipamentos de jardim, etc.; 2) Tendões destinadas à realização de festas, exposições, eventos, etc., desde que o tempo do evento, incluindo o período de montagem e desmontagem, não ultrapasse 15 dias seguidos; 3) Tendões ou roullotes para proteção de produtos e ou artigos, escritórios, destinados à venda referidos nos pontos anteriores; 4) Qualquer volume que não se enquadre no regime de construção tradicional com as finalidades referidas nos pontos anteriores; 5) Coberturas em estrutura metálica instaladas nos logradouros das habitações.	
	A taxa de licenciamento é calculada com base na área e na função, de acordo com a seguinte fórmula: TLCP = a × f em que: f - 15,00 € nos casos de construções precárias com função comercial (stand de vendas e de amostras de plantas, automóveis, lareiras, tendões para festas que se mantenham por mais de 15 dias seguidos, etc., por exemplo) e 5,00 € nos casos de estaleiros de obras públicas. *A instalação de qualquer construção precária é objeto de licenciamento, independente ou cumulativamente com outro licenciamento que seja aplicável.	
12.2	Coberturas dos logradouros das construções, em materiais impermeáveis rígidos, tais como telhas de fibra, são objeto de pagamento anual	1,50€/m2
12.3	Tendões referidas no ponto 2 do número 1	grátis
12.4	Além do licenciamento do espaço coberto e fechado, nos casos de espaços de venda, função comercial, a TLCP é acrescida da TLEA (taxa de licenciamento em espaço aberto), que é calculada pela seguinte fórmula: TLCP = A × 0,50 € em que: A - área do espaço utilizado para a atividade, incluindo estacionamento privativos, exposição, etc.	
13.º	Antenas	
13.1	Autorização de instalação de funcionamento das infraestruturas de suporte das estações de radiocomunicações, e respetivos acessórios, por cada	5.000,00 €
13.2	Antena de captação de sinal radiofónico, por cada	100,00 €

Apêndices

Apêndice A – Relatório de estágio

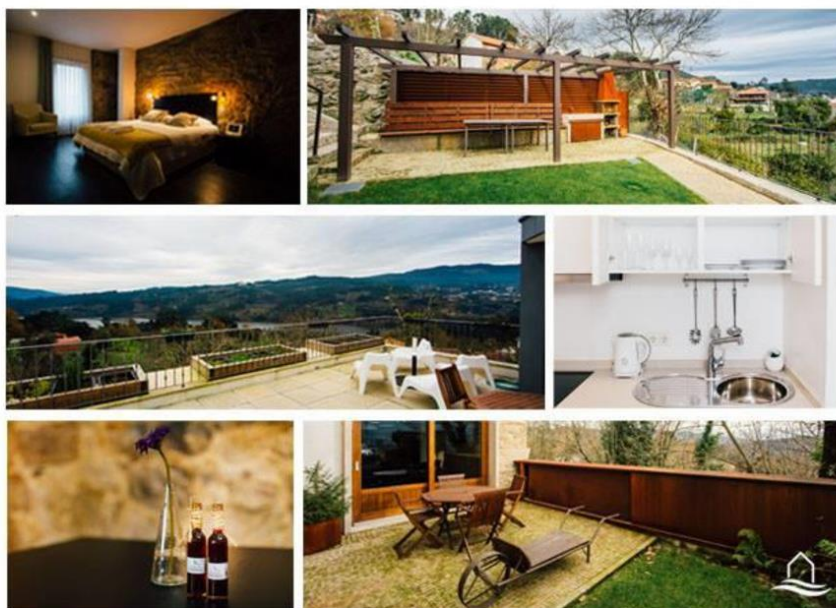


Universidade de Aveiro

2016/2017

**Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e
Turismo**

ESTÁGIO NO EMPREENDIMENTO TURÍSTICO EM ESPAÇO RURAL – VOUGALDEIAS



Aluna: Sónia Sofia Pereira Herculano

Orientador: Jorge Humberto Fernandes Mota

Coorientadora: Maria Celeste de Aguiar Eusébio



Universidade de Aveiro

2016/2017

**Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e
Turismo**

**ESTÁGIO NO EMPREENDIMENTO TURÍSTICO EM
ESPAÇO RURAL - VOUGALDEIAS**

Sónia Sofia Pereira Herculano

Relatório de Estágio apresentado à Universidade de Aveiro em cumprimento do disposto no art.º 49.º n.º 5 do Regulamento de Estudos da Universidade de Aveiro no âmbito do grau de Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo, realizado sob a orientação científica do Doutor Jorge Humberto Fernandes Mota e coorientação científica da Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio, Professores do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro.

Índice

Introdução.....	1
Capítulo I.....	3
1.1 Caracterização do local de estágio.....	3
Capítulo II.....	6
2.1 Descrição das atividades desenvolvidas durante o estágio.....	6
Capítulo III	19
3.1 Reflexão Crítica.....	19
Referências Bibliográficas.....	21
Anexos	24
Apêndices	28

Anexos

Anexo I – Publicações nas redes sociais	23
Anexo II – Flyer de promoções	24
Anexo III – Flyer do <i>halloween</i>	25
Anexo IV - Decoração de natal	26

Apêndices

Apêndice A – Oportunidades e aspetos a melhorar	27
Apêndice B – Lista de serviços e práticas da concorrência	28
Apêndice C – Motores de reserva	29
Apêndice D – Plataformas de comunicação	31
Apêndice E - Principais ligações no social media	33
Apêndice F – Ferramentas	34
Apêndice G – Programas de Faturação e Gestão	35
Apêndice H – Etapas de Planeamento de Eventos	37
Apêndice I – Fotografias da Decoração	38
Apêndice J – Preparação das Feiras de Turismo	39
Apêndice K – Pontos de Interesse	43
Apêndice L – Pacotes de Viagem	75
Apêndice M - Plano de Atividades	107
Apêndice N - Calendarização de Atividades	180

Introdução

O presente documento corporiza o relatório do estágio curricular efetuado no 1º semestre, do 2º ano, do mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo, na universidade de Aveiro.

O estágio curricular foi realizado num empreendimento turístico, a Vougaldeias, que iniciou a sua atividade com a Casa da Tulha, a julho de 2013, seguindo-se da Casa da Seara em outubro de 2014, um projeto financiado pela ProDeR e Adrimag através do programa de Desenvolvimento Rural, do Quadro Comunitário de Apoio - LEADER, do Governo de Portugal – Ministério da Agricultura e do Mar e da União Europeia, através do fundo europeu de desenvolvimento rural.

O estágio teve a duração de três meses, compreendidos entre os dias 18 de outubro de 2016 e 17 de janeiro de 2017, com o objetivo de proporcionar à estagiária o contacto com a dinâmica de funcionamento de um empreendimento turístico, possibilitando o desenvolvimento de competências ao nível do planeamento e gestão em turismo, bem como o contacto com o desenvolvimento de um projeto numa unidade de alojamento turístico. O referido projeto servirá de base para a produção de uma investigação académica/científica para dar cumprimento ao disposto no regulamento de estudos da universidade de Aveiro, para obtenção do grau de mestre em Gestão e Planeamento em Turismo.

A metodologia utilizada para o desenvolvimento do estágio foi a abordagem qualitativa, com observação estruturada segundo uma lista de objetivos acordados inicialmente com a entidade.

Os objetivos passam por: caracterizar a procura e a concorrência; recolher informação sobre os canais de comunicação utilizados e atualização ou implementação de novos; identificação de parcerias e estabelecimento de novas; planeamento e realização de eventos – nacional e internacional; obter conhecimento da orgânica interna da prestação do serviço e contacto com intervenientes na prestação do serviço: clientes, fornecedores, colaboradores, organismos públicos, entre outros; e contacto com as fases de desenvolvimento de um novo projeto de turismo em espaço rural.

A escolha do local de estágio teve em consideração as áreas de interesse da estagiária, a relativa proximidade ao local residência, e estar inserido na área geográfica

onde pretende desenvolver o seu projeto profissional, permitindo assim um conhecimento da realidade socioeconómica, ecossistemas naturais, ofertas turísticas e a criação de uma rede de contactos.

É importante referir que a classificação em motores de pesquisa de alojamento (exemplo: Booking) do empreendimento turístico teve alguma influência na tomada de decisão, sendo que a Casa da Tulha encontra-se classificada no Booking com 9,3 (Soberba) numa escala até 10, baseada em 60 comentários, e a Casa da Seara classificada com 8,7 (Fabulosa) baseada em 78 comentários, referências que datam do dia 24 de fevereiro de 2017.

Em termos de características comuns tanto Águeda como Sever do Vouga, primam pela boa gastronomia, ambiente e festividades, património cultural e natural, elementos de grande interesse quer para os turistas enquanto visitantes quer para os residentes, enquanto prestadores de serviços e utentes, o que tornou o estudo aliciente.

O presente documento encontra-se organizado em dois capítulos:

O capítulo I é composto pela caracterização do local de estágio, onde se faz referência à tipologia do empreendimento, localização, pontos de interesse e atividades.

No capítulo II, parte-se para a descrição das atividades desenvolvidas durante o estágio, sendo exposto inicialmente um quadro de referência das atividades desenvolvidas, seguido de cada uma das atividades, nomeadamente, o conhecimento do empreendimento, a análise da concorrência e a realização de alguns estudos de benchmarking, a análise de comentários dos clientes no Booking, a identificação e caracterização de potenciais motores/plataformas de reservas de alojamento turístico, a identificação de ferramentas e plataformas, a definição de possíveis estratégias que poderão ser adotadas pela empresa para captar clientes, a identificação e caracterização de programas de faturação para o Turismo rural, a participação na organização e no planeamento de eventos, a avaliação de custos na participação em feiras de turismo, a criação de pacotes turísticos e, por fim, o planeamento das atividades que a empresa pretende desenvolver no ano de 2017.

Na reflexão crítica são apresentadas as ideias fundamentais do estágio, onde é dado ênfase a aspetos relevantes do empreendimento e experiência adquirida com o desenvolvimento do estágio.

Por fim, são apresentados os apêndices e anexos resultantes das atividades desenvolvidas durante o estágio, devendo estas serem vistas paralelamente e acompanhadas no decorrer da leitura do relatório.

Capítulo I

1.1 Caracterização do local de estágio

Segundo os dados recolhidos do *site* da câmara municipal de Sever do Vouga (2016), o município possui cerca de 31 unidades de alojamento, cuja distância entre cada uma destas unidades é relativa, uma vez que funcionam em rede. Por esta razão, os preços praticados são semelhantes, havendo ligeiras diferenças devido à oferta de serviços/infraestruturas distintas, como piscinas, jacuzis, entre outros.

A Vougaldeias é um conjunto de unidades de alojamento, com simbiose entre o rústico e o moderno, reflexo da recuperação da Casa da Tulha (Figura 1) e da Casa da Seara (Figura 2) – local onde outrora eram guardadas as rendas rurais da Casa da Fonte e, armazenados os produtos agrícolas. A sua missão é surpreender a cada visita, respondendo positivamente à procura por serviços de qualidade e conta com a colaboração de duas funcionárias e uma gerente (Vougaldeias, 2017).



Figura 1. Casa da Tulha

Fonte: Vougaldeias, (2017)

A Casa da Tulha (Figura 1) foi a primeira unidade de alojamento a ser restaurada e inclui cinco apartamentos totalmente equipados, sendo que um deles está adaptado para pessoas com mobilidade reduzida. É constituída por três apartamentos T1 e dois apartamentos T2, com o nome e suave aroma a diferentes frutos (Vougaldeias, 2017).



Figura 2. Casas da Seara

Fonte: Vougaldeias, (2017)

As Casas da Seara (Figura 2) foi a segunda unidade de alojamento a ser restaurada e é composta por cinco apartamentos totalmente equipados de tipologia T1 e uma suite independente. Estas dispõem de uma vista privilegiada sobre do rio Vouga, com áreas comuns: uma sala de convívio, vários terraços, churrasqueira, e área de refeições ao ar livre e jardins, sendo possível em alguns casos ter animais de estimação. Os apartamentos têm a designação de cereais e pequenos apontamentos decorativos alusivos ao cereal correspondente (Vougaldeias, 2017).

Quanto à localização da Vougaldeias, esta encontra-se inserida no coração do Rio Vouga, situada na aldeia de Couto de Esteves, com fortes características de ruralidade, dispondo de um importante legado histórico e religioso, onde perduram pelourinhos, capelas, casas brasonadas e edifícios antigos com ligação à atividade agrícola (exemplo: moinhos, espigueiros).

O empreendimento turístico tem proximidade com centros urbanos, estando a 10 Km de Sever do Vouga, 30 Km de Aveiro, 70 Km de Coimbra, e Porto e junto de dois importantes eixos rodoviários (A1 e A25) (Google Maps, 2017).

Na Vougaldeias é possível desfrutar de momentos únicos de tranquilidade e harmonia com a natureza, enquanto se descobre os encantos da região. Disponibiliza um conjunto de serviços, sala de jogos para crianças, venda de produtos regionais, lavandaria, e atividades (em parceria) de animação turística (Vougaldeias, 2017).

O empreendimento turístico está adaptado para o conceito de escapadelas românticas, férias em família, ou momentos de descontração entre amigos.

A Vougaldeias é uma empresa organizada por cotas, onde cada sócio tem responsabilidade limitada. Este tipo de empresa protege o património pessoal dos sócios em caso de falência, fecho ou saída da empresa. Em termos laborais, conta com uma sócio-gerente e duas funcionárias em regime de prestação de serviços. A empresa corresponde a um empreendimento turístico em espaço rural, nomeadamente, aparthotéis.

O empreendimento reúne um conjunto de intenções e aspirações para o futuro, e por isso, contará, em breve, com uma terceira unidade turística. Esta será constituída por um espaço dedicado exclusivamente ao bem-estar dos hóspedes, com equipamentos como piscina, bar, esplanada, ginásio, sauna, jacuzzi, cabeleireiro e spa, procurando atingir um novo posicionamento no segmento de mercado local e regional.

Tendo em conta a sazonalidade, a Vougaldeias apresenta mais procura no período de férias, sobretudo nos meses quentes. Contudo, tem havido um esforço para diversificar a oferta, com o objetivo de contrariar esta tendência.

A necessidade de expansão do negócio prende-se com o facto da oferta ter sido formatada para ir ao encontro das expectativas dos clientes tendo em conta os comentários dos hóspedes no Booking. Contudo, também a concorrência é um fator crítico, uma vez que apresenta as características que estão em falta na Vougaldeias e têm vindo a ser evidenciadas nos comentários do Booking do empreendimento. Pensa-se que deste modo, se irá aumentar a ocupação ao longo do ano e com isso contribuir para atenuar a sazonalidade.

Outras estratégias também estão a ser implementadas pela empresa, tais como, a promoção através de descontos nos meses de baixa procura; a atualização e interatividade nas redes sociais; a criação de parcerias com outras empresas de atividades e eventos; a criação de pacotes turísticos e o planeamento de atividades mensais.

Capítulo II

2.1 Descrição das atividades desenvolvidas durante o estágio

O estágio decorreu entre os meses de outubro de 2016 e janeiro de 2017, onde a estagiária realizou oito horas por dia, quatro dias por semana (exceto dia de eventos, que se desenvolviam ao sábado).

Para ajudar a uma melhor organização e identificação das atividades desenvolvidas, procedeu-se à construção de um cronograma tendo como base os diferentes tipos de atividades desenvolvidas, a duração das atividades e o período em que foram realizadas (Tabela 1).

Tabela 1 - Cronograma das atividades desenvolvidas durante o estágio

Atividades Desenvolvidas	Outubro				Novembro				Dezembro				Janeiro			
1- Conhecer o empreendimento																
2- Analisar a concorrência e realizar alguns estudos de benchmarking																
3- Analisar os comentários dos clientes no Booking																
4- Identificar e caracterizar potenciais motores/plataformas de reservas de alojamento turístico																
5- Identificar ferramentas e plataformas																
6- Identificar possíveis estratégias que poderão ser adotadas pela empresa para captar clientes																
7- Identificar e caracterizar programas de faturação para o Turismo rural																
8- Participar na organização e no planeamento de eventos																
9- Avaliar custos de participação em feiras de turismo																
10- Criar pacotes turísticos																
11- Participar no planeamento das atividades que a empresa pretende desenvolver no ano de 2017																

Atividade 1 - Conhecer o empreendimento

Como o cronograma indica, inicialmente, foi solicitado à estagiária que efetuasse uma análise das primeiras impressões do empreendimento turístico enquanto visitante, com o intuito de identificar necessidades de melhoria, potenciais e possíveis fatores de ameaça.

As primeiras impressões do empreendimento foram identificadas sem qualquer tipo de critério, uma vez que não haviam sido planeadas pela estagiária e se pressupunha por parte da entidade que esta agisse com naturalidade. Desta forma, a estagiária apenas indicou os pontos fortes e fracos que observou (Tabela 2).

Tabela 2 – Primeiras Impressões do Empreendimento

	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Acesso ao empreendimento	<ul style="list-style-type: none">• Sinalizado;• Corredor verde.	<ul style="list-style-type: none">• Distante de pontos de interesse do centro de Sever do Vouga.
Empreendimento	<ul style="list-style-type: none">• Decoração com estilo moderno e rústico;• Infraestruturas modernas;• Infraestruturas adaptadas para pessoas com mobilidade reduzida;• Ar condicionado;• Acomodações com tipologias diversas;• Camas-extra;• Lavandaria;• Churrasqueira;• Terraços;• Sala de jogos para	<ul style="list-style-type: none">• Estacionamento insuficiente e irregular (em declive);• Falta de placa de identificação da receção;• Falta de divulgação das instalações adequadas para pessoas com mobilidade reduzida;• Falta de pavimento adequado no estacionamento para pessoas com mobilidade reduzida;

	crianças; • Salão com lareira; • Equipados com material de cozinha e de limpeza; • Decoração com o conceito.	• Necessidade de remodelações do apartamento “Trigo” (humidade).
Atividades e eventos	• Parcerias com entidades de desporto e aventura.	• Parcerias inativas (preços elevados); • Atividades esporádicas; • Não tem plano de atividades; • Não tem plano de organização ou encaminhamento para eventos.
Novos serviços	• Lavandaria.	• Falta piscina, <i>spa</i> , bar, <i>gym</i> (em construção).
Dinâmica e tecnologia do empreendimento	• Rede telefónica; • Rede de internet.	• Falhas técnicas; • Falhas de manutenção.
Paisagem	• Vistas do terraço.	• Falta de miradouro.

Após o registo dos pontos fortes e fracos do empreendimento, a estagiária procedeu à análise e identificou as oportunidades e aspetos a melhorar para o empreendimento (Apêndice A).

No seguimento, deu-se prioridade aos objetivos enunciados primeiramente na ficha de estágio e acordados posteriormente com a entidade.

Atividade 2 - Analisar a concorrência e realizar alguns estudos de benchmarking

A análise da concorrência foi solicitada pela entidade com o intuito de verificar e atualizar os serviços prestados no empreendimento, bem como algumas práticas que se possam adaptar na zona do alojamento (Sever do Vouga). A análise de conteúdo da concorrência foi feita através da pesquisa no *site* da câmara municipal de Sever do Vouga, no *site* “TopRural” e no *site* de Couto de Esteves. O critério utilizado para estabelecer esta definição foi o tipo de turismo (turismo em espaço rural e alojamento local com exceção de quintas) e a localização do empreendimento.

De acordo com estes critérios os concorrentes identificados, estão referidos a seguir:

- Pôr do Sol
- Villa Lucas
- Casa do Largo
- Herdade dos Canastros
- Villa de Paçô
- Refúgio da Cabreia
- Casa Santo Hilário
- Casa da Fonte
- Casa do Couço
- Cantinho de Sonho
- Casas do Cabeço
- Encosta dos Tunéis – empreendimentos turísticos, Lda
- Casa da Encosta
- Casa do Bouço Velho
- As Casas Rosmaninho (Casa da Eira, Casa do Pátio, Casa do Lagar, Casa da Adega)

A Villa Redouça, Casa da Redouça e Quinta Porto dos Lobos não se caracterizam com concorrentes diretos uma vez que trabalham em parceria com a Vougaldeias (negócios familiares).

Em termos de capacidade de receber hóspedes, a Vougaldeias tem maior capacidade do que qualquer outro alojamento concorrente tem vários apartamentos. Logo a seguir, encontram-se As Casas do Rosmaninho, com quatro casas individuais de tipologias diversificadas. Os restantes alojamentos são de pouca capacidade.

Apenas a Vougaldeias e a Casa da Encosta não têm piscina, o que justifica a construção na Vougaldeias da piscina e outras infraestruturas, devido à distância em relação à praia fluvial e motivações dos turistas (de acordo com os comentários presentes no Booking).

Todos os alojamentos têm cozinhas equipadas e informação de eventos disponíveis para os hóspedes. Embora, só alguns tenham veículos (bicicletas) para passeio e jacuzzi ou outros equipamentos com a função de relaxamento.

Para atualização do empreendimento procedeu-se a uma pesquisa de informação relativamente aos canais de comunicação digitais indicados pela própria entidade e

também outros canais que são mais procurados pelos turistas. Esta pesquisa inclui a possibilidade de definir novas estratégias, criar parcerias entre outros. Por exemplo: a criação de visitas com itinerários, planeamento de eventos e atividades anuais e sua realização.

Ao verificar-se a diversidade de serviços e práticas utilizadas nos diferentes alojamentos, bem como de alguns serviços comuns, reconhece-se a necessidade de criar uma lista de identificação dos serviços e práticas da concorrência para uma possível adaptação no empreendimento, caso se justifique (Apêndice B).

Atividade 3 - Analisar os comentários dos clientes no Booking

Foi solicitado à estagiária que fizesse uma análise da plataforma de reservas *booking* com o intuito de sugerir algumas mudanças estratégicas.

A taxa de respostas é um dos elementos que influencia a decisão dos consumidores, dado que reflete a imagem da empresa (González et al., 2013). Saber extrair informação dos comentários apresentados pelos clientes é uma mais valia para a gestão da empresa, quer para explorar novos serviços, quer para colmatar falhas nos serviços que apresenta (González et al., 2013).

De acordo com análise efetuada à taxa de respostas, verificou-se que não existiam respostas aos comentários dos hóspedes. Embora, muitos dos comentários sejam positivos e até seja possível explorar algumas ideias, existem também inúmeros que revelam falhas no serviço e insatisfação.

A plataforma de reservas está aberta ao público, o que concede o acesso aos comentários, sendo que estes não podem ser eliminados. Como tal, é importante que os comentários insatisfatórios sejam tidos em conta e se apresente solução, para que haja mudança em relação à experiência percebida e para que os possíveis clientes não criem uma imagem negativa do empreendimento (González et al., 2013).

Para Hays e Hill (2001) a sobrevivência de um negócio depende da capacidade de uma empresa se organizar de modo a aprender com as falhas nos seus serviços e a rapidez com que esta dá resposta de forma adequada. Por esta razão, é imperativo que as empresas procurem assegurar a qualidade dos seus serviços, ou seja, a capacidade de sustentar a qualidade a longo prazo (Kandampully & La, 2004).

A gestão da qualidade do serviço é também crucial para a vantagem competitiva e a diferenciação no mercado para muitas empresas. Sendo, o serviço de qualidade

considerado determinante para a satisfação do cliente e para o preço que os clientes estão dispostos a pagar (Kandampully & La, 2004). É de referir também que segundo Berry e Parasuraman (1991) e Boshoff (1997) a recuperação eficaz dos serviços pode fidelizar os clientes e torná-los satisfeitos. Uma vez que cada falha apresentada pelo cliente é uma oportunidade para o empreendimento reverter o impacto negativo percebido (Kandampully & La, 2004).

Assim, definiu-se como estratégia a gestão dos comentários dos clientes e interação nas páginas das redes sociais (Anexo I), o que permitiu cativar clientes, colmatar as falhas nos serviços, assegurar a qualidade dos serviços para futuros clientes e valorizar a opinião dos hóspedes como uma mais-valia para a operacionalização da performance da empresa. Consequentemente, criou-se uma imagem positiva para futuros clientes que irão ler comentários pouco satisfatórios, no entanto, estes foram tidos em conta e solucionados.

No entanto, poderão existir outras razões para a perda de reservas, tais como: o preço, os produtos, a localização, entre outros.

Neste sentido, a Vougaldeias para além das promoções nas plataformas de reserva, também faz promoções nas páginas das redes sociais (Anexo II).

Atividade 4 – Identificar e caracterizar potenciais motores/plataformas de reservas de alojamento turístico

A parceria com outros websites resulta da desintermediação e re-intermediação de processos com o surgimento da internet (Buhalis & Egger, 2008). Muitas empresas desenvolveram *sites* e portais que atuam como um catálogo para promoção do empreendimento, através da apresentação dos detalhes, habilitando reservas e por consequência gerando receitas.

A escolha da plataforma de reservas pode ser uma tarefa difícil dada a diversidade na qualidade, integridade e potencial de receitas que o *site* pode ter. Atualmente, os parceiros chave mais importantes são a Expedia, HRS e o *Booking.com* (Buhalis & Egger, 2008).

O empreendimento já se encontra na plataforma *Booking.com*. No entanto, foi solicitado à estagiária a procura e seleção de novas plataformas de reserva, assim como a verificação da qualidade, integridade e potencial de receitas das plataformas que foram sugeridas ao empreendimento através de email. Contudo, os critérios decisivos para a tomada de decisão prendem-se com o preço/taxa que a entidade está disposta a aceitar

mediante as funcionalidades disponibilizadas de seu interesse, e capacidade de gestão da entidade perante a adesão a várias plataformas (Apêndice C).

Após a análise dos motores de reserva, verificou-se que o *Booking.com* é competitivo para o empreendimento porque está associado a outros motores de busca tais como o Trivago. O preço é o critério decisivo para a adesão à plataforma de reservas e de imediato as plataformas tidas como “gratuitas” seriam uma possível adesão. No entanto, a adesão a todas é limitada devido à incapacidade de gestão de todas elas por parte da entidade. Assim, algumas opções foram tomadas pela entidade, como a adesão ao My Best Hotel e foi sugerido pela estagiária a adesão ao *Venere.com* uma vez que abrange uma das plataformas consideradas mais importantes segundo a literatura, ou seja, a Expedia e ainda a plataforma *hoteis.com*.

Atividade 5 – Identificar ferramentas e plataformas do marketing digital

A evolução do social media e do marketing faz com que se torne necessário uma adaptação a novas plataformas de comunicação para que as empresas também possam evoluir as suas estratégias de competitividade na captação de novos clientes.

Desta forma procurou-se identificar as principais ferramentas e plataformas para assegurar a correta divulgação do empreendimento.

A mudança de estratégia de promoção e o investimento têm sido alterados por grandes, pequenas e médias empresas (Neto, 2014). A título de exemplo: Em 2013, o Turismo Portugal reduziu para metade do seu investimento na promoção, optando pelo marketing digital. Apesar disso, os resultados foram igualmente positivos (Neto, 2014).

A necessidade de adaptação das empresas de turismo requer escolhas e tendo em conta a diversidade de plataformas de comunicação, falta de tempo e recursos, é importante que se estabeleçam quais as plataformas principais para o turismo (Apêndice D).

No seguimento, a pergunta: “Onde estar online?” é a pergunta à qual a maior parte das empresas de turismo anseia resposta (Dias, 2014b).

Por fim, a estagiária sugere que se dê especial atenção ao website, que é considerado o centro de toda estratégia de comunicação de qualquer empresa (Buhalis & Egger, 2008) por ser a única plataforma em que a empresa tem total controlo, ao contrário das redes sociais (Dias, 2014b). Apesar de também existirem os blogs que embora

exijam mais tempo, têm a vantagem de dar informação especializada, útil e opinativa (Dias, 2014b).

As redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, Tripadvisor, Pinterest) para além do serviço de reservas gratuito, permitem a interação com os utilizadores e a difusão de informação através de um só click (Dias, 2014b).

Por outro lado, através de alguma literatura cinzenta constatou-se que existem 11 plataformas de comunicação essenciais para se ser bem sucedido nas estratégias digitais de uma empresa, segundo 11 dos jovens empreendedores da lista da Young Entrepreneur Council (Manzano, 2016). Dessas 11 dicas, a estagiária apenas destacou as que poderiam melhorar as plataformas onde o empreendimento se encontra registado (Apêndice E).

A falta de tempo é o fator limitativo para a entidade gerir, interagir e analisar as plataformas onde deveria estar presente (Manzano, 2014). Neste sentido, uma solução pode ser a utilização de ferramentas que optimizem o tempo (Apêndice F). Baseado no mesmo tipo de literatura encontrou-se algumas dicas para melhorar a utilização das plataformas de comunicação (Dias, 2014a). As ferramentas foram sugeridas pela estagiária mediante as plataformas de comunicação registadas pelo empreendimento.

Atividade 6 - Identificar possíveis estratégias que poderão ser adotadas pela empresa para captar clientes

Ainda dentro do marketing digital, a estagiária destacou algumas ideias que poderiam tornar as plataformas mais atrativas para os clientes, para além da condensação de informação relativamente ao empreendimento e eventos.

As ideias apresentadas resultam de pesquisa na internet e alguma imaginação e fez-se referência a algumas tais como:

1. Convidar *bloggers* de viagens a fazer *pin* de imagens do empreendimento;
2. Aproveitar as épocas festivas ou estações do ano e criar álbuns de acordo com cada uma. Por exemplo, no natal pode-se criar um álbum sobre decorações de natal;
3. Criar um álbum com frases sobre a região;
4. Criar álbuns associados a mapas onde associa os pontos de interesse a pontos geográficos;
5. Criar um álbum que sugira aos potenciais clientes locais a visitar perto do empreendimento. Para venda do produto / serviço e experiência;
6. Criar um álbum “Ofertas” e publicar imagens a publicitar ofertas e promoções;

7. Criar um álbum de grupo e convidar os clientes a partilharem fotografias de quando experimentaram os produtos/serviços;
8. Utilizar fotografias antigas e criar um álbum que conte a história do seu negócio.

Atividade 7 – Identificar e caracterizar programas de faturação para o Turismo rural

A Vougaldeias encontra-se em crescente evolução. Desta forma, surgem novas infraestruturas, novos serviços e a necessidade de adaptar os sistemas de gestão do empreendimento. Como tal, a entidade solicitou à estagiária uma pesquisa de programas de faturação e gestão para além dos que tinham sido sugeridos por email para não só averiguar a legitimidade dos mesmos mas também aferir quais os que poderiam ser vantajosos para o empreendimento mediante os seus serviços futuros.

Em relação aos programas de faturação e gestão é importante referir que apenas os que se encontram listados no portal das finanças são certificados (Programas certificados, 2016).

Esta atividade justifica-se porque tradicionalmente, um dos problemas das pequenas empresas é a falta de experiência interna em sistemas de informação. A maior parte dos recursos humanos apenas teve experiência através do emprego anterior, poucos têm formação na área. Pelo que muitas vezes a resolução de problemas, como a utilização de sistemas inadequados, funciona por prestação de serviços externos à empresa.

Por outro lado, a falta de recursos financeiros não possibilita a contratação de pessoas formadas nesta área, tendo em consideração também a dimensão da empresa. Pelo que a solução pode passar pela formação dos internos ou contratação de serviços externos.

Conclui-se que a falta de conhecimento e recursos financeiros são os principais inibidores da sofisticação dos sistemas de informação (Zinatelli & Cragg, 1995).

Após a pesquisa dos programas e aferição de outros sugeridos, a estagiária selecionou alguns programas da lista e procurou estabelecer contato com as empresas de software por email para uma possível demonstração do programa e esclarecimentos relativamente às suas funcionalidades por forma a evitar a instalação de programas inadequados e gastos desnecessários (Apêndice G).

Atividade 8 – Participar na organização e no planejamento de eventos

Para Soares (2013) a sazonalidade é uma das principais ameaças à sustentabilidade do setor turístico. Contudo, o autor afirma que a interrupção do crescimento da sazonalidade depende de todos os intervenientes da atividade turística, no estabelecimento de medidas que proporcionem uma oferta de serviços de qualidade ao longo do ano (Soares, 2013).

Segundo Hylleberg (1992) tradicionalmente o grupo base das causas da sazonalidade são o clima, datas comemorativas e alturas de decisão de férias. Contudo, considerando as componentes: temporal e espacial, as causas da sazonalidade podem ser divididas em fatores *push* e fatores *pull* (Butler & Mao, 1997; Lundtorp et al., 1999). Os fatores *push* consistem nas causas naturais e nas motivações institucionalizadas que influenciam a procura. Os fatores *pull* representam as condições de atração de turistas que se referem à oferta.

A Vougaldeias faz parte da generalidade, sendo que a época de destaque situa-se nos meses de verão. Esta característica influencia diretamente a sustentabilidade do empreendimento e, por consequente, afeta a gestão da contratação de pessoas a tempo inteiro. É evidente que a época alta obriga ao reforço de pessoal tendo em conta a taxa de ocupação do empreendimento. Por outro lado, a sazonalidade é uma oportunidade para o empreendimento ser explorado a par do desenvolvimento de outras atividades (Flognfedt, 2001).

É por isso, que existe por parte da entidade uma necessidade de criar estratégias de combate à sazonalidade.

Neste sentido, foi solicitado à estagiária que reunisse um conjunto de informações que permitissem criar e dinamizar de forma correta a estratégia de combate à sazonalidade do empreendimento direcionada para a organização e planeamento de eventos.

Segundo Vieira (2015), os eventos fazem parte da experiência turística. É importante que os turistas se apercebam da bondade dos atributos turísticos, físicos, culturais e sociais do destino, assim como o empreendimento deve criar um mix de motivações que enriqueçam a experiência, prolonguem a estada do participante. Todos os eventos possuem características comuns, ou seja, têm de ter um objetivo; têm de ter no mínimo de 10 participantes e devem realizar-se em espaços diferentes do espaço regular dos participantes. Também, para que os eventos façam parte da estatística da Organização

Mundial do Turismo cada evento tem de ter no mínimo quatro horas de duração (Apêndice H).

A tabela seguinte corresponde ao evento desenvolvido durante o estágio:

Evento	Mês	Descrição
<i>Halloween</i>	outubro	Decoração do empreendimento e realização da atividade de <i>halloween</i> .

Para o evento foi criado um *flyer* promocional (Anexo III) que foi publicado nas redes sociais do empreendimento. O evento contou com a presença de 15 participantes, incluindo os hóspedes, de todas as faixas etárias.

Em seguida, apresenta-se a foto da atividade desenvolvida:



Figura 3. Atividade do Dia das Bruxas

Fonte: Elaboração própria

Outras atividades foram desenvolvidas como a decoração do empreendimento para o dia das bruxas e para o natal (Apêndice I e Anexo IV).

Atividade 9 – Avaliar custos de participação em feiras de turismo

A Vougaldeias todos os anos participa em feiras de turismo porque reconhece que ao participar numa feira, consegue atingir frequentemente potenciais clientes de todo o país, além de ter a oportunidade de conhecer a oferta dos seus concorrentes. As feiras de turismo são importantes para estabelecer a promoção do empreendimento, angariar clientes e fazer a introdução a novos negócios (Best Events, 2010). Para Sandra Patrícia Almeida, Gestora da Bolsa de Turismo de Lisboa, as feiras de turismo são dinâmicas, diretas e eficientes na função do marketing (Best Events, 2010).

Segundo a Best Events (2010) atualmente as feiras são difíceis de gerir e capitalizar. Neste sentido, o empreendimento solicitou que a estagiária fizesse um levantamento de todas as feiras de turismo e que fizesse uma estimativa de todos os custos associados a cada evento enquanto expositor e visitante, englobando a estadia e o transporte.

A lista de feiras de turismo encontra-se no portal do Turismo Centro de Portugal, bem como, as especificações e os custos inerentes para a inscrição e, consequentemente, a representação do empreendimento através do expositor do Turismo Centro.

Todas as informações relativamente aos eventos que se encontram apresentadas no quadro em anexo foram retiradas diretamente do *site* de cada uma das feiras de turismo apresentadas. O planeamento da viagem de avião quando justificado foi calculado através da plataforma de reservas Momondo e a escolha da estadia foi baseada numa pesquisa booking após o cálculo de distância em relação ao evento através do Google maps.

Todas as escolhas apresentadas tiveram como critério a optimização de custos, assim como, algumas opções escolhidas pela entidade, como a escolha do hotel e o número de escalas de voo (Apêndice J).

Atividade 10 – Criar pacotes turísticos

Com o intuito de criar pacotes de viagem formatados para o empreendimento, ou seja, com atividades e preços definidos prontos para venda, inicialmente fez-se o levantamento de todos os pontos de interesse das cidades (Águeda, Sever do Vouga,

Coimbra, Aveiro e Porto) solicitadas pelo empreendimento (Apêndice K). Porém existe a abertura para a personalização dos pacotes de viagem feitos no momento da solicitação do cliente. A pesquisa de informação foi retirada de diversos portais de internet da categoria turismo de cada uma das cidades. Para além dos pontos de interesse, procurou-se fazer a pesquisa dos restaurantes de cada cidade mais sugeridos pelo Tripadvisor e de acordo com as características do empreendimento, dando prioridade à gastronomia da região.

A predefinição dos *packs* ajuda os clientes na preparação das viagens de última hora (Buhalis & Egger, 2008). Muitas das vezes, o turista não tem informação suficiente ou tempo para preparar a viagem em condições que lhe permita tirar o máximo de aproveitamento da experiência.

Assim, para além das já habituais campanhas e promoções permanentes nas plataformas de reserva e promoções pelo empreendimento através das redes sociais e notificações por email, passa a existir uma nova estratégia para facilitar a preparação da viagem e influenciar a repetição de viagem caso se justifique (Apêndice L).

Para além da indicação dos pontos de interesse, atividades e eventos, a ideia passa também por adicionar à experiência turística atividades externas ao empreendimento, que em parceria com outras empresas permitam estabelecer a prestação de serviços individuais, como bilhetes de concerto, entradas em atrações que podem fazer parte ou não dos *packs* de viagem ao mesmo preço que teria de comprar no local. Como intermediário esta prestação de serviço pode ser um contributo para as boas-vindas nas receitas percebidas pelo cliente (Buhalis & Egger, 2008).

Atividade 11 – Participar no planeamento das atividades que a empresa pretende desenvolver no ano de 2017

A Vougaldeias solicitou que a estagiária realiza-se o planeamento e idealização das atividades do ano de 2017.

Como o levantamento dos pontos de interesse das cidades referidas anteriormente já havia sido feito, procurou-se identificar todos os eventos e datas comemorativas futuras (Apêndice M e Apêndice N).

Capítulo III

3.1 Reflexão Crítica

A Vougaldeias iniciou a sua função em 2012, desde então tem procurado evoluir em termos de infraestruturas e serviços. A distância do local ao centro urbano deixa de ser problema a partir do momento em que o empreendimento reúne todas as condições para uma estadia de excelência. No entanto, a necessidade de crescimento reflete-se na procura dos clientes e na concorrência direta que se tem vindo a estabelecer ao longo dos anos, com novos serviços e infraestruturas criando um certo padrão de oferta.

Em termos de infraestruturas, a Vougaldeias prima por espaços acolhedores e climatizados e uma decoração que faz a simbiose entre o rural e o moderno. Apesar dos anos e de algumas complicações que foram surgindo, a Vougaldeias sempre procurou resolver os problemas e manter o nível de qualidade. Contudo, acaba por se encontrar prejudicada por não transparecer essa atenção nas taxas de respostas aos clientes na internet. É de referir que o fato de ter infraestruturas preparadas para receber pessoas com mobilidade reduzida e espaços como terraços, lareira, churrasqueira e uma área de entretenimento para as crianças tornam o espaço adaptado para todos e, sobretudo, atual e apelativo em relação a outros concorrentes. No entanto, a falta de oferta de serviços de relaxamento, alimentação e bem-estar em comparação à concorrência é insuficiente.

Assim, a Vougaldeias deu início a um novo projeto com a construção de novas infraestruturas e articulação de novos serviços para superar o nível de satisfação dos clientes e suas necessidades.

No que toca a plataformas de comunicação, apesar da presença nas redes sociais e criação do website nota-se que a atenção dada à comunicação por parte da entidade, assim como a interação, é meramente pontual, podendo deixar cair por terra a visibilidade do empreendimento e a captação de clientes.

Contudo, através do estágio, foi possível a dinamização de atividades nas redes sociais e partilha da página com a rede de contactos da aluna, o que permitiu avaliar o impacto da comunicação online. Verificando-se o crescimento do interesse no empreendimento e interação dos clientes com as publicações.

Os motores de reserva são ainda o ponto forte, uma vez que a Vougaldeias se encontra associada ao Booking e este tem uma atenção permanente por parte da entidade. A

necessidade de melhorias levou à procura de novos motores de reserva, sendo que a ideia é abranger diversos públicos-alvo.

No entanto, o texto quer das plataformas de comunicação quer dos motores de reserva precisa de incluir os pontos fortes do empreendimento, estando os mesmos um pouco generalizados. Por outro lado, o website encontra-se desatualizado e as parcerias estabelecidas praticam preços elevados pelo que o incentivo a que essas atividades ocorram é parcialmente inexistente.

Quanto às atividades desenvolvidas estas são meramente pontuais, o que faz com que se verifiquem baixas na dinâmica do empreendimento, pelo que também se conjuga com a sazonalidade permanente.

Após o desenvolvimento do estágio, a estagiária tem noção de grande parte do trabalho que envolve a gestão de um empreendimento turístico. Esta experiência certamente é uma mais-valia para que se tenha a perceção da logística, empenho e criatividade que todo um empreendimento envolve. O que será um bom ponto de partida para mais tarde concretizar no arranque do projeto da estagiária. A qualidade das infraestruturas e a sua acessibilidade são fatores fundamentais para uma boa estada. No entanto outros fatores devem ser tidos em conta como a prestação dos serviços atempada, as atividades disponíveis e com preços ajustados e uma correta divulgação para que exista tanto a fidelização como a captação de clientes.

Por outro lado, as características da envolvente também são importantes para que o hóspede se sinta bem recebido e exceda as expectativas com experiência.

A Vougaldeias tem um longo caminho a percorrer no que toca aos suplementos da estadia e esse desafio acabará por ser talvez o ponto de viragem do empreendimento. A satisfação e o ajuste da oferta à procura constituirão a base para a obtenção de uma vantagem competitiva e combate à sazonalidade.

Se a Vougaldeias conseguir manter este padrão de competição e satisfação dos clientes poderá vir a crescer gradualmente.

Pensa-se que um grande passo seria talvez a aquisição de um transporte que facilitasse o desenvolvimento das atividades externas ao empreendimento, uma vez que estas não se encontram relativamente perto.

Referências Bibliográficas

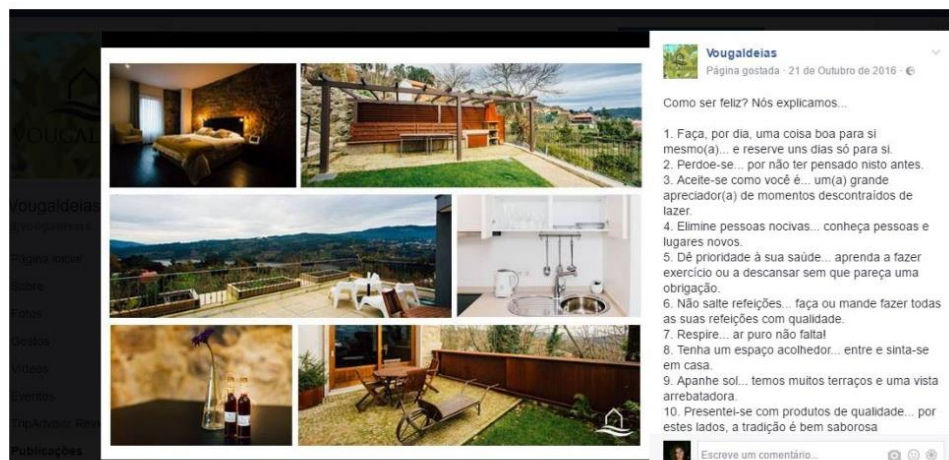
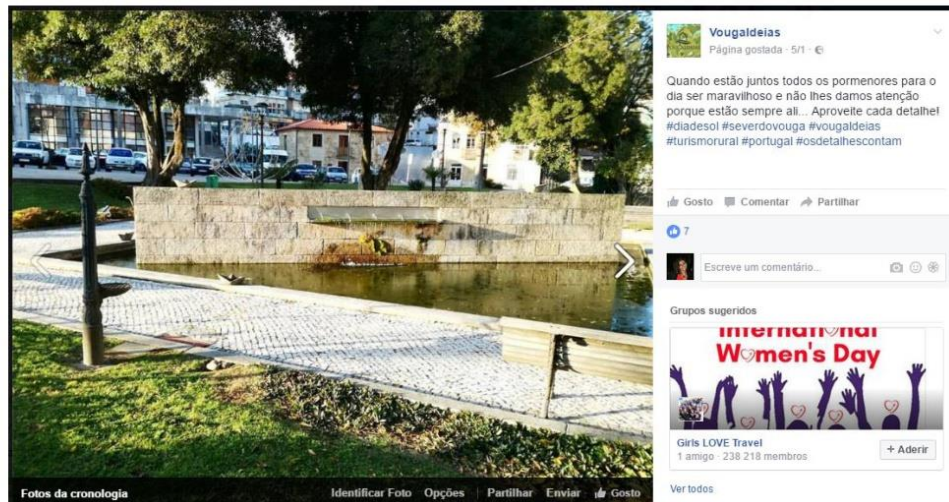
- Best Events (2010). “Participação em Feiras – Vantagens em participar (Parte 1)”. Em: *Festas & Eventos*. Acedido no dia 8 de novembro de 2016, em [http://www.bestevents.pt/conteudo/39785/Participa%C3%A7%C3%A3o%20em%20feiras%20-%20Vantagens%20em%20participar%20\(parte%201\)](http://www.bestevents.pt/conteudo/39785/Participa%C3%A7%C3%A3o%20em%20feiras%20-%20Vantagens%20em%20participar%20(parte%201))
- Buhalis, D. & Egger, R. (2008). “ETourism Case Studies”. *Management and Marketing Issues* (1ª Edição). USA: Elsevier Ltd.
- Butler, W. & Mao B. (1997). “Seasonality in Tourism: Problems and Measurement”. In P. Murphy (ed.) *Quality Management in Urban Tourism*. Chichester: Wiley & Sons
- Câmara Municipal de Sever do Vouga. Acedido em 23 de outubro de 2016, em <http://www.cm-sever.pt/>
- Câmara Municipal de Sever do Vouga. Acedido em 22 de novembro de 2016, em <http://www.cm-sever.pt/>
- Couto de Esteves. Acedido em 23 de outubro de 2016, em <http://www.coutodeesteves.com/home.html>
- Dias, H. (2014a). “Ferramentas para melhorar a Gestão de Marketing Digital”. *Gestão das Comunidades*. Acedido em 21 de outubro de 2016, em <https://www.communitymanager.pt/melhorar-a-gestao-de-marketing-digital/>
- Dias, H. (2014b). “Marketing Digital e Redes Sociais para o Turismo”. *Gestão das Comunidades*. Acedido em 21 de outubro de 2016, em <https://www.communitymanager.pt/marketing-digital-e-redes-sociais-para-o-turismo/>

- Flognfeldt, T. (2001). “Long-Term Positive Adjustments to Seasonality: Consequences of Summer Tourism in the Jotunheimen Area, Norway”. Em: *Seasonality in Tourism*. Editora: Pergamon – Advances in Tourism Research Series. Amsterdam
- Google Maps. Acedido em 16 de fevereiro de 2017, em <https://www.google.pt/maps/@40.7510319,-8.3419761,13z>
- Hylleberg, S. (1992). “Modelling Seasonality”. Oxford University Press
- Kandampully, J. & La, K. (2004). “Market Oriented Learning and Customer Value Enhancement Through service Recovery Management”. *Managing Service Quality*. Volume 14, (5), pp. 390 – 401
- Lundtorp, S., CR Rassing & Wanhill, S. (1999). “The Off-season is 'no season': The case of the Danish island of Bornholm”. *Tourism Economics*. Volume 5 (1), pp. 49-68
- Manzano, D. (2016). “11 Plataformas digitais para alavancar sua estratégia de comunicação”. *Gestão, TI e Inovação*. Acedido em 21 de outubro de 2016, em <http://saudebusiness.com/noticias/11-plataformas-digitais-para-alavancar-sua-estrategia-de-comunicacao/>
- Melián-González, S., Bulchand-Gidumal, J. & López-Valcárcel, B. (2013). “Online Customer Reviews of Hotels: As Participation Increases, Better Evaluation Is Obtained”. *Cornell Hospitality Quarterly*. Volume 54 (3), pp. 274 - 283
- Neto, R. (2014). “Turismo de Portugal reduz custos de promoção e aumenta visibilidade do destino”. *Publituris*. Acedido em 21 de outubro de 2016, em <http://www.publituris.pt/2014/06/02/turismo-de-portugal-reduz-custos-de-promocao-e-aumenta-visibilidade-do-destino/>

- Programas certificados (2016). “Portal das Finanças”. Acedido em 26 de outubro de 2016, em <https://www.portaldasfinancas.gov.pt/pt/consultaProgCertificadosM24.action/>
- Soares, J. (2013). “O desafio da sazonalidade nos destinos turísticos”. *Publituris*. Acedido a 1 de março de 2017, em <http://www.publituris.pt/2013/10/04/os-desafios-da-sazonalidade-nos-destinos-turisticos/>
- TopRural (2016). Acedido em 23 de outubro de 2016, em <http://www.toprural.pt/>
- Vieira, J. (2015). “Planeamento e Organização – Da teoria à prática”. *Eventos e Turismo*. Edições Sílabo, LDA
- Vougaldeias (2017). Acedido a 2 de fevereiro de 2017, em http://www.vougaldeias.com/pt_pt/index
- Zinatelli, N. & Cragg, P. (1995). “The evolution of information systems in small firms”. *Information & Management*. Volume 29, pp. 1-8

Anexos

Anexo I – Publicações nas redes sociais



Anexo II – Flyer de promoções

25 NOVEMBRO 2016

BLACKFRIDAY

1 a 4 Dezembro (3 noites)
Estadia c/ pequeno-almoço para 2 pessoas

8 a 11 Dezembro (3 noites)
Estadia c/ pequeno-almoço para 2 pessoas

Janeiro Branco (2 noites à escolha)
Estadia c/ pequeno-almoço para 2 pessoas (- 40% do pvp)

mais informações: geral@vougaldeias.com

Apenas
49€
por pessoa

Vougaldeias Empreendimento Turístico
25 de Novembro de 2016 · €
Ver na aplicação Instagram

É verdade, está a acontecer Promoção válida para reservas feitas hoje, dia 25 de Novembro 🍷
#vougaldeias #blackfriday #crazychristmas #prendasdenatal

Gosto · Comentar · Partilhar

Tu, Patricia Cardoso e 10 outras pessoas

Escreve um comentário...

Pedidos de amizade Ver tudo

MAGUSTO NA VOUGALDEIAS

DIA 11
Check-in com Welcome Drink

DIA 12
Pequeno-almoço (9h às 11h)
Ponto de interesse - Percorso pedestre dos Amiais
Lanche com castanhas assadas e jeropiga
Jantar no Salão
Sopa, Prato principal, sobremesa e café (bebidas não incluídas)

DIA 13
Pequeno-almoço (9h às 11h)
Late check-out (até às 14h, mediante disponibilidade)

Mais informações ou reservas: geral@vougaldeias.com

APENAS
115€/PESSOA

Vougaldeias Empreendimento Turístico
2 de Novembro de 2016 · €
Ver na aplicação Instagram

Não vemos a hora de começar a assar as castanhas 🍷 Chega depressa Magusto, estamos com saudades... #vougaldeias #magusto #saomartinho #veraoesaomartinho #outono #castanhas #chestnut 🍷🍷🍷

Gosto · Comentar · Partilhar

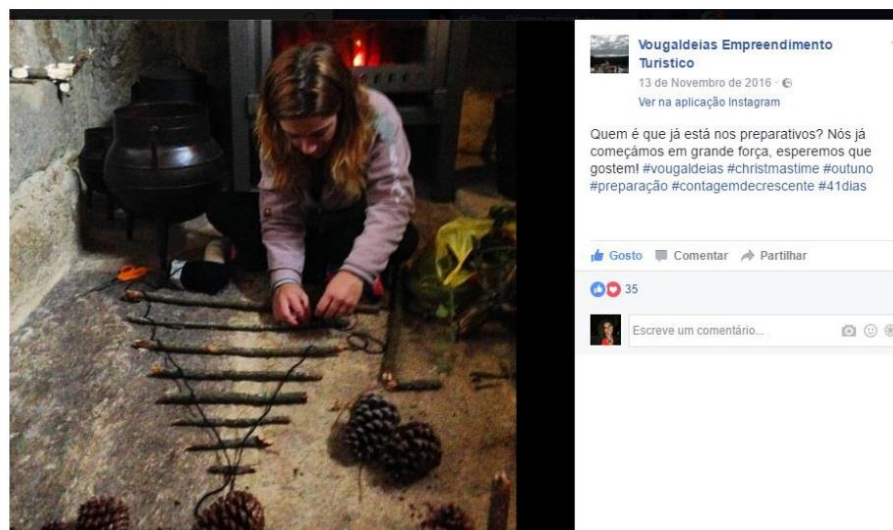
Tu, Patricia Cardoso e 14 outras pessoas

Escreve um comentário...

Anexo III – Flyer do halloween



Anexo IV - Decoração de natal



Apêndices

Apêndice A – Oportunidades e aspetos a melhorar

Impressões do Empreendimento
Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Refletir o caminho como um percurso positivo; • Sinalizar e colmatar a questão do estacionamento; • Ampliar o empreendimento para maior abrangência na captação de hóspedes; • Evidenciar fatores que tornam o espaço atrativo: céu aberto, ideal para apanhar sol, conviver; atividades exteriores; • Criar diversidade de espaços e distinção; • Desenvolver novas atividades; • Apostar em novas infraestruturas: jacuzzi ou banho turco, uma casa com banheira, entre outros; • Criar plano de auditoria e manutenção para o empreendimento; • Mudar para Fibra; • Fazer um miradouro;

Impressões do Empreendimento	
Aspetos a melhorar	
Casa da Seara	Casa da Tulha
<ul style="list-style-type: none"> • É importante referir as condições de chegada ao edifício: declive do pavimento, estacionamento; • Explicar aos clientes o funcionamento de alguns equipamentos; • Questão das malas em relação ao estacionamento; • Questão dos insetos no interior do apartamento; • Local para tomar café (zonas comuns) ou chaleira elétrica; • Receção em cada alojamento; • “Sem “serviço de quartos” diário”; • Prateleiras para acessórios nos chuveiros; • Painéis solares – bombas de calor; • Sem <i>wi-fi</i>; 	<ul style="list-style-type: none"> • Melhorar a sinalização até ao local; • Dar indicação de que existe um <i>kit</i> de limpeza em caso de necessidade dos hóspedes; • Dar indicação de que existe <i>wi-fi</i> gratuito;

Apêndice B – Lista de serviços e práticas da concorrência

Serviços e práticas	
Concorrentes identificados	Outros concorrentes
<ul style="list-style-type: none"> • Filmes para inverno (alugar); • Existir secadores de cabelo; • Bolo matinal; • Bicicletas para conhecer as redondezas; • Informação importante relativamente a acontecimentos: animação turística/ restauração/ supermercados; • Jacuzzi ao ar livre; • Cozinha equipada e alguns produtos alimentares disponíveis; • Refeições no exterior da casa; • Lareira/salamandra na sala comum: lenha fornecida pelo proprietário; • Cancelas nas escadas (segurança das crianças); • Tv com vários canais; • Campo de ténis; • Banheira de hidromassagens; • Entrega de produtos de mercearia; • Máquina de lavar loiça (grupos grandes); 	<ul style="list-style-type: none"> • Pequeno almoço invulgar; • Refeições ao ar livre; • Informação sobre trilhos (pedestres e de bicicleta); • Leituras na Rede; • Cesta de pequeno almoço com produtos regionais à chegada (oferece miniaturas, que mais tarde leva à compra); • Disponibilidade de livros e CD's; • <i>Mind set</i> para necessidade de mercadorias; • Serviço de massagem; • Pequeno-almoço servido numa cesta para comer à hora desejada e lanche; • Possibilidade de disponibilizar produtos ao gosto do cliente (pedidos especiais); • Mosquiteiros nas janelas; • Animais de quinta para crianças darem de comer (coelhos e cabras); • Robot de aspiração para limpar lodo da piscina; • Cancelas para escadas (sempre solicitados); • Anti-derrapantes nas escadas; • Ovos frescos (capoeira) possibilidade das crianças pegarem os ovos; • Serviços extra a preços equilibrados; • Produtos de banho artesanais disponíveis; • Mudança diária de todas as toalhas; • Resguardo para banheira; • Fruta da época; • Tapete anti-derrapante na banheira; • Não ter internet mas ter rede móvel;

Apêndice C – Motores de reserva

Motores de reserva	Comissão ou submissão	Preço	Forma de pagamento	Vantagens
Booking	Comissão por cada reserva	Registo gratuito	Na chegada à propriedade	Associado a vários motores de busca (Tripadvisor)
Venere.com (Expedia e hoteis.com)	Comissão por cada reserva	Adesão gratuita		Associado à Expedia uma das principais plataformas de reserva.
Airbnb	Taxas (IVA europeu)	Anunciar é gratuito		
My Best Hotel	Não tem <i>vouchers</i> , nem comissões nem taxas	Gratuito		
Momondo (Motor de busca) Edreams		Preço segundo a escolha dos serviços, produto e taxa edreams	Pode-se fazer <i>hiperlink</i> para a página	Vários serviços de pagamento
Ruralgest	http://ruralgest.com/tarifas	125€ anual		
Avaibook.com		Registo gratuito	Booking e Tripadvisor	Básico 7.99€ mês ou avançado 14.99€ mês
Google - Meu Negócio			https://www.google.com/intl/pt-BR/business/	Coloca informação da empresa, google, google + e google maps
Lastminute.com	Preço debitado do cartão após o registo			
Upbooking http://www.upbooking.com/es/category/page_caracteristicas_159.php	Não tem comissões, nem quotas, nem gastos	Gratuito		
Simplebooking - cria nuvem na internet (faz ligação com	Sem comissão	Taxa anual de ativação e inclui os serviços		Pode fazer o upgrade para uma versão melhor ou adicionar

todos os motores de busca)		de update, segurança e assistência		módulos a qualquer momento. (<i>reservation system, Rate Match, Channel Manager, Metashearch platforms, business analytics</i>)
<i>Hosped.in</i>		29,90 R\$/mês plano básico	Mapa de reservas, situação dos apartamentos, contas a pagar e receber, controle de produtos e serviços, gráficos, relatórios, Formulário de pré-reserva, ficha de registo e <i>voucher</i> , histórico de estadia, avisos de entrada e saída de hóspedes.	Experiência gratuita por 10 dias.
<i>Hospeda</i>		Versão gratuita		<i>Front desk, Reserva Online, Financeiro, CRM, Integração.</i>
Home away ou Toptural	Comissão e pagamento por reserva	Tarifas de serviço e anual	8€ Mês	
Lifecooler		Gratuita		

Fonte: Informação retirada dos Websites dos motores de reserva

Apêndice D – Plataformas de comunicação

Plataformas de comunicação	
Website	A única plataforma onde se consegue controlar totalmente os conteúdos na própria plataforma – ao contrário das redes sociais.
Blogues	Os blogues influenciam os consumidores, principalmente nas fases de pesquisa quando procuram decidir sobre um produto ou destino. O blogue é a principal plataforma para uma empresa, porque conteúdos frescos e originais geram tráfego orgânico para o <i>website</i> . Vantagem sobre os meios de comunicação tradicionais – informação especializada e útil, num tom pessoal e opinativo. Conquistar a confiança dos leitores. Exemplo: http://www.dobrarfronteiras.com/
Facebook	<p>Para além da dinamização da página.</p> <p>a) Separadores personalizados (<i>tabs</i>) – O <i>Facebook</i> permite integrar até 12 separadores personalizados, podendo incluir informações sobre a empresa e/ou produtos, vales de descontos e promoções, lojas <i>online</i> (<i>f-stores</i>), outras redes sociais, jogos e outros. Existem diversas plataformas para criar separadores personalizados, nomeadamente a <i>Woobox</i> http://woobox.com/ (que possui algumas gratuitas) e a <i>Short Stack</i> http://www.shortstack.com/ (Grátis até 2000 fãs).</p> <p>b) F-stores – Existem muitas empresas que utilizam o <i>Facebook</i> como o único canal de venda. São várias as empresas que permitem integrar uma loja <i>online</i> num separador personalizado. Um dos exemplos é a <i>Facestore</i> https://facestore.pt/ (empresa portuguesa) que disponibiliza uma versão gratuita até 10 produtos.</p> <p>c) Hashtags – As <i>hashtags</i> (#) são palavras-chave que se associam ao conteúdo de uma publicação. Criar uma personalizada para a empresa. Pode ser <i>#nomedaempresa</i> ou mesmo alguma mais específica como <i>#HojeEmAveiro</i>.</p> <p>d) Passatempos – Criar passatempos para aumentar o dinamismo da página <i>web</i>. Aproveitar comemorações como o Dia dos Namorados, Natal, início do Verão para oferta de descontos, promoções ou mesmo produtos aos fãs.</p> <p>Considerado o melhor exemplo de página: https://www.tnooz.com/article/in-a-qa-tourism-australia-reveals-the-secrets-of-its-facebook-dominance/</p>
LinkedIn	Um dos segmentos mais lucrativos no sector do turismo é o turismo de negócios. É a melhor rede para empresas que atuam no mercado <i>Business-to-Business</i> (B2B). Atrai e convence as organizações a selecionar um local em detrimento de outro.
Pinterest	O <i>Pinterest</i> é uma das redes sociais obrigatórias para o sector do turismo. Culinária, fotografia, viagens e estilo de vida são alguns dos temas mais

	<p>retratados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anúncios no <i>Pinterest</i> <p>Plataforma ideal para produzir conteúdo enquanto marca. O <i>pinterest</i> permite procurar coisas do interesse do consumidor, com fácil conhecimento de novos produtos através da definição de conteúdo. Assim atua de forma efetiva e menos custosa para as empresas com a vantagem de poder alcançar clientes com potencial.</p> <p>Pinterest para empresas (http://www.communitymanager.pt/usar-o-pinterest-para-empresas/)</p>
Foursquare	<p>É uma rede social de locais. É importante verificar se o empreendimento já se encontra registado na rede para passar à gestão dos comentários (http://pt.business.foursquare.com/).</p>
Google+	<p>http://www.communitymanager.pt/como-usar-o-google-plus-para-empresas/</p> <p>Importante para as empresas – principalmente em termos de otimização do motor de pesquisa Google.</p>
Youtube	<p>Permite a visualização de vídeos, com a possibilidade de proporcionar ao visitante a envolvência, o ambiente e os sons do local pretendido.</p> <p>É possível integrar o canal do <i>Youtube</i> na página do <i>Facebook</i> através da aplicação https://www.facebook.com/youtubetabapp/ que irá sincronizar automaticamente os seus vídeos nesta rede. Ao criar um vídeo, o mesmo poderá ser adicionado também no <i>Website</i>, no <i>Google+</i> no <i>Instagram</i>, <i>Pinterest</i>, e noutros canais de comunicação, para promover a empresa e produtos.</p> <p>Exemplo: https://www.youtube.com/watch?time_continue=7&v=SQDip9V49U0</p>
Instagram	<p>O <i>Instagram</i> é uma rede social de edição e partilha de imagens e vídeos. Em Portugal, já existem muitas empresas que utilizam esta rede – e um dos melhores exemplos é o da TAP Portugal (https://www.instagram.com/tapportugal/).</p>
Twitter	<p>Uma das grandes vantagens do <i>Twitter</i> é o facto de permitir estabelecer facilmente o diálogo com os utilizadores que estão a falar sobre a nossa empresa, sem que os mesmos tenham de nos estar a seguir.</p> <p>Um dos melhores exemplos da utilização do <i>Twitter</i> no sector do Turismo é o da cadeia de hotéis <i>Loews</i> – anunciou que os clientes iriam poder fazer as suas reservas através do <i>Twitter</i> – um método de reservas totalmente gratuita para ambas as partes.</p>
Tripadvisor	<p>É uma rede social onde os utilizadores descrevem e avaliam as suas experiências nos mais diversos locais, sejam comerciais – restaurantes, hotéis, agências de viagens – ou turísticos – atrações, museus, parques, entre outros.</p> <p>O <i>Tripadvisor</i> permite registar como representante de determinado local, dando a possibilidade de responder publicamente aos comentários, alterar informações sobre o mesmo, adicionar imagens e ter acesso a estatísticas.</p> <p>Nesta rede, os utilizadores têm ainda a oportunidade de efetuar reservas de alojamento, uma vez que esta rede mantém fortes parcerias com a <i>Booking.com</i>, a <i>Expedia</i> e a <i>Hoteis.com</i>.</p>

Fonte: <https://www.communitymanager.pt/marketing-digital-e-redes-sociais-para-o-turismo/>

Apêndice E - Principais ligações no social media

Ligações - Social media	
Wechat Marketing	Ideal para trabalhar com o mercado asiático (marketing de conteúdo). Trata-se de uma combinação entre o <i>facebook</i> e o <i>twitter</i> bem estruturada para companhias negociarem.
Geofilters do Snapchat	É uma plataforma inteligente para tornar a marca forte devido ao filtro de localização que auxilia na divulgação e no <i>buzz</i> de comunicação.
Construir novos targets por social media	O <i>Facebook</i> e o <i>Youtube</i> são plataformas ideais para desenvolver conteúdo que a audiência desejada, se interessa, e ao mesmo tempo descobrir o seu <i>target</i> e novas oportunidades. Isto permite mapear e segmentar demograficamente o seu consumidor.
Integrar o facebook com o instagram	Permite fazer o <i>link</i> com as contas das suas redes e ao mesmo tempo utilizar imagens contínuas num segmento mais amplo que acaba por ser mais efetiva no envolvimento do consumidor.
Video Content	Estratégia eficaz para elevar o acesso ao site, aumenta o awareness da marca. Trata-se de uma estratégia em crescimento de consumo.
Native advertising	Eleva a <i>performance</i> através de uma mensagem relevante no ambiente digital. Necessidade de estar agregado a outras plataformas (através de vídeos, artigos) para estabelecer o envolvimento com o cliente.
Content Marketing Externo	Ajuda na auto-promoção. Não tem custo, uma vez que se baseia na troca editorial e na promoção dos próprios negócios.
AdWords	Anúncios <i>Call-only</i> , anúncios que consistem apenas no número de telefone das companhias em <i>paper-click</i> . Aumenta o tráfego de telefone e garante uma interação mais humana.

Fonte: <https://www.communitymanager.pt/melhorar-a-gestao-de-marketing-digital/>

Apêndice F – Ferramentas

Ferramentas	
<i>Alexa</i>	http://www.alexa.com/ Permite ver a popularidade relativa do seu website e compará-lo com a concorrência.
<i>Facebook ads</i>	Criar anúncios do facebook diretamente aos clientes. A melhor forma de alcançar audiência na plataforma. <ul style="list-style-type: none"> • https://www.facebook.com/ads/manage/powereitor/ utilizar com Google Chrome. • http://www.communitymanager.pt/como-criar-anuncios-no-facebook/
<i>Canva</i>	https://www.canva.com/ Criar imagens e capas para o <i>Pinterest</i> , <i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> . Criar infográficos, cartões de negócios, cartazes e muito mais. O <i>Canva</i> , além de já facultar os <i>templates</i> com as medidas exatas para estas imagens, ainda permite personalizá-las de acordo com a identidade da marca – seja cores ou texto –, dado que permite fazer o upload das imagens que se pretendem.
<i>Signals</i>	http://www.hubspot.com/products/sales/sales-tools Para quem utiliza um fornecedor de email que não permite saber quem abriu os emails que foram enviados como exemplo: o <i>Gmail</i> , o <i>Signals</i> da <i>HubSpot</i> é a solução. Esta ferramenta permite-nos saber quem e quando é que os e-mails que enviámos foram abertos.
<i>Trello</i>	Serve para criar listas “To do” segmentadas.
<i>Visual.ly</i>	http://visual.ly/ Serve para criar infográficos, vídeos e experiências <i>web</i> para partilhar nas suas redes sociais.
<i>Hootsuite</i>	https://hootsuite.com/pt/ Um sistema de gestão de Social Media que permite publicar (e calendarizar) um <i>post</i> para todos os Social Media seleccionados, assim como ver os <i>feeds</i> desses Social Media numa só plataforma.

Fonte: <https://www.communitymanager.pt/melhorar-a-gestao-de-marketing-digital/>

Apêndice G – Programas de faturação e gestão

<p>Tripoint (tfv) http://www.tf.v.pt/Home</p>	<p>Sistema de Gestão de Operadores Turísticos</p>	<p>Certificado; Ideal para atividade Turística (Canais operacionais, Financeiros, Fornecedores, Venda e Negócio)</p>	<p>Internet <i>booking engine</i>, motor de reserva ligado a múltiplos fornecedores, <i>website</i> integrado (plataforma de venda online, criação de reservas, pagamento online, acesso a contas correntes), <i>webservice</i> (plataforma de distribuição de conteúdo em motores de reserva); Produto Próprio (contratação e gestão de inventário, ciclo de compra e venda) Gestão operacional e Financeira (controlo do fluxo)</p>
<p>Multixop (lavandaria, café, bar, mini-mercado, etc) http://multixopnet.com/</p>	<p>Gestão de negócio (adaptável)</p>	<p>Certificado</p>	<p>Lavandaria: Menu de vendas intuitivo, data de entrega/mensagem de aviso, controlo de peças, controlo nº rail, emissão de etiqueta por peça, conexão a <i>software Backoffice</i> Multilojas;</p>
<p>PHC Business FX http://www.phcfx.com/pt/programas/ewpv/ew.aspx?codigo=versus</p>	<p>Gestor do negócio completo (clientes e vendas)</p>	<p>Certificado</p>	<p>Clientes e Vendas (Gestão completa de clientes, Documentos de faturação, Controlo de rentabilidade, Descontos (6 descontos comerciais e 1 desconto financeiro)); Tabela de descontos, Dossiers internos, Fornecedores e Compras (Gestão completa de fornecedores, documentos de compra, desconto financeiro, duplicar compras); Artigos e Serviços (fichas de artigos e serviços, gestão de stocks, multi-armazém, gestão do stock mínimo, gestão de encomendas); Dinheiro e Contas (gestão completa de contas bancárias, para onde vai o dinheiro, regulariza movimentos, de onde sai o dinheiro)</p>
<p>Host PMS e Host POS (Interligam-se) http://hostpms.com/pt</p>	<p>Sistema de Gestão Hoteleira</p>	<p>Certificado</p>	<p>Host PMS: MS-SQL Server (gestor de base de dados) Host POS: gestão e controlo dos pontos de venda. Visualização permanente de informação, associação de condições especiais ao hóspede; Interface de gráfico tátil; Possibilidade de configurar menus multiescolha e preços; Fecho do dia manual, automático ou indexado, vários acessos de nível e funções, configuração de teclados de venda, vários tipos de desconto, reimprimir documento, multi-idioma e multi-moeda, ligação a vários periféricos, possibilidade de liquidação de pendentes.</p>
<p>Penthotel http://www.penthotel.pt/</p>	<p>FrontOffice</p>	<p>Certificado</p>	<p>Operações relacionadas com a receção do mapa de reservas (check-in e check-out, lançamento automático das diárias, emissão de faturas ou vendas a dinheiro, caixas por funcionário, registo de avarias no quartos, achados dos hóspedes, lista negra de clientes, mapa de polícia/SEF/INE/DGT. Operações de backoffice: Emissão de recibos, contas correntes, cartas para aviso de vencimento, mapas de controlo, antiguidade de saldos, listagem de pendentes, extrato de conta, mapa de IVA entre outros</p>
<p>Whotel (habitações de</p>	<p>Software de Gestão Hoteleira</p>	<p>Certificado</p>	<p>Facilidade de utilização com interface de gráfico, gestão de reservas através de mapa, tratamento flexível de épocas,</p>

turismo rural) <a href="http://www.w
hotel.com.pt/">http://www.w hotel.com.pt/			modalidades e preços configuráveis por entidade, tratamento de reservas, tratamento de overbooking, descontos/comissões e precários configuráveis; Execução independente de “night – audit” e “day-audit”, contas pendentes por entidade até ao check-out, faturação multientidade, faturação em lote, tratamento de contas correntes por entidade, emissão de mapas oficiais (SEF, INE, Policia, registro de hóspedes); Exportação para ficheiro mapas oficiais, emissão de mapas de gestão, emissão de mapas de controlo interno (andares, caixa, faturação); Exportação para aplicações de contabilidade (primavera, sage); Ligações a centrais telefónicas; Integração com aplicações de restauração; Integração com sistema reservas online; Ligação a sistema de abertura de portas; Licenciamento flexível por quarto; Versões monoposto e multiposto.
Win Hotelaria <a href="http://cms.win
touch.pt/index
.php/products
=
solutions/hote
l">http://cms.win touch.pt/index .php/products = solutions/hote l	Gestão Hoteleira	Certificado	Multi-empresa, Multi-moeda, Multi-unidade, Multi-idioma, tabela de preços, reservas, webengine (motor de reservas online), Cardex de Entidades, contratos, comissões, night-audit, faturação e check-out, interfaces, governantas, explorações e listagens.
Hotel ASP (Integração de booking e Expedia) <a href="http://www.h
otelasp.com/">http://www.h otelasp.com/	Software de Hotel Property management software	Certificado Booking e guest management	Gestão de booking, gestão do cliente, ponto de vendas e registro de vendas, gestão integral de canais, sistema multi-idioma e relatórios.
New Hotel <a href="http://www.ne
whotel.com/pt
/Main/prime-
suite-sistema-
integrado/pri
me-pms-
property-
management-
system.aspx">http://www.ne whotel.com/pt /Main/prime- suite-sistema- integrado/pri me-pms- property- management- system.aspx	Property mangement system Channel Manager, Motor de reservas B2C, Motor de Reservas Easy Booking, Motor de Reservas B2B, Motor de reservas dynamic packaging, Website CMS, Campanhas Promocionais.	Certificado	Atribuir ou altera Quartos, check-out, Inserir outras reservas, faturação, check-in, datas, registo de hóspedes, transações. Gerir tarifas, pacotes allotments.
Inforlídier <a href="http://www.in
forlídier.com/h
ome/">http://www.in forlídier.com/h ome/	Gescom enterprise 8.6 e Faturar	Certificado	Gestão de ocupação de quartos ou casas, faturação, gestão de stocks, fornecedores e financeiro, contabilidade e pessoal, integração com outras unidades de serviço existentes.

Fonte: <https://www.portaldasfinancas.gov.pt/pt/consultaProgCertificadosM24.action/>

Apêndice H – Etapas de planeamento de eventos

Modelo

1. **Conceito** (tema)

O tema é que unifica a imagem global do evento.

Porquê o evento?

2. **Destino:** Sever do Vouga

3. **Escolha do local:**

- Tipo de evento que se pretende.
- Tipo de participantes caracterizados pelo número, faixa etária e tipo de emoções expectáveis.
- Fatores técnicos: áudio, imagem e ainda layout do edifício, existência ou não de áreas de apoio para a organização, *speakers*, media, segurança e estacionamento.

4. **Objetivos:** O que se pretende alcançar? Qual a sua hierarquia?

5. **Motivação dos participantes** – Tipo de turismo

- O que se vai tratar? Qual o conteúdo?
- A quem se dirige? Qual o Público-alvo? Qual o segmento? Quais as suas características?
- Quem está envolvido no evento? Quem são os parceiros estratégicos? Qual o seu grau de envolvimento esperado e garantido?
- Quando se realiza o evento? Há limitações quanto a alguma data?

6. **Duração:** Variável

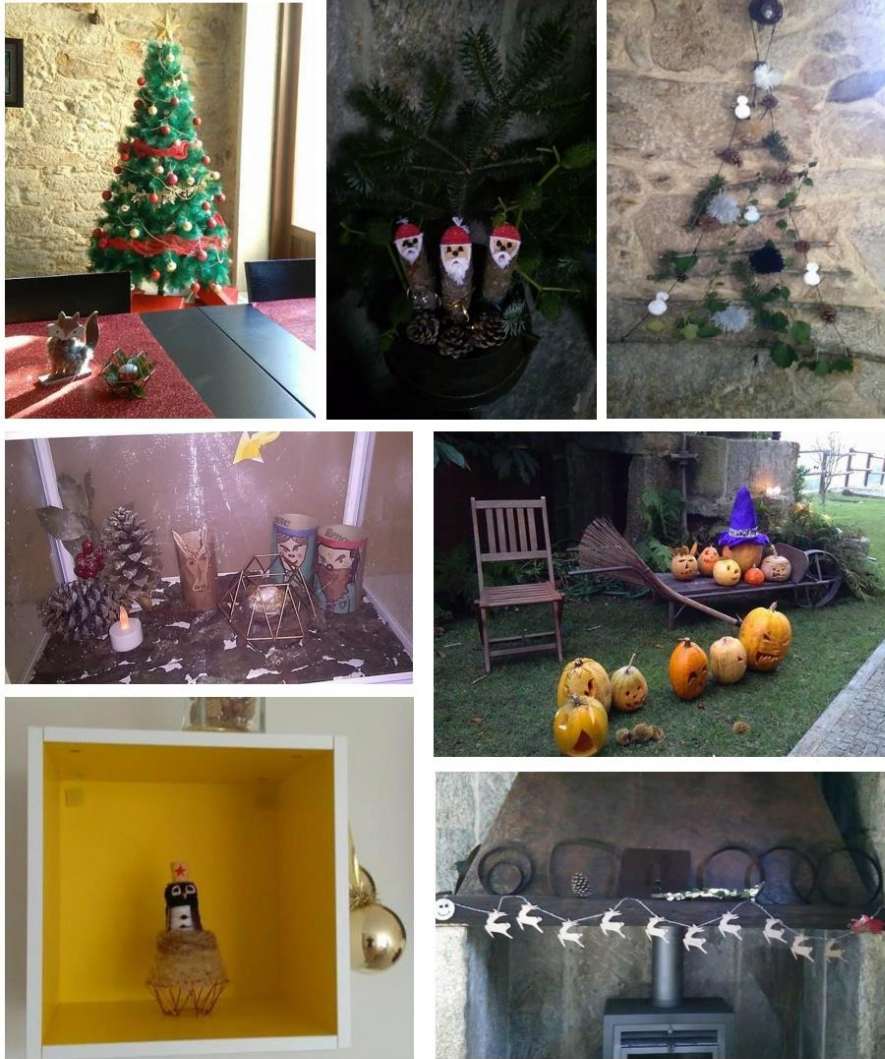
7. **Dimensão:** Onde? Qual o destino e o local? Quais são as alternativas? Como se devem hierarquizar?

8. **Periodicidade e frequência** da realização

Este modelo representa as etapas que qualquer planeador e organizador de eventos devem ter em conta para a correta elaboração do evento.

Fonte: Vieira, J. (2015). “Planeamento e Organização – Da teoria à prática”. *Eventos e Turismo*. Edições Sílabo, LDA

Apêndice I – Fotografias da decoração



Apêndice J – Preparação das feiras de Turismo

Evento	Local	Data da Feira	Preço Expositores	Bilhete Visitantes/ Público	Visita	Contacto	Voo/alojamento Momondo e Booking
Vakantiebeurs Jaarbeurs Total: 819€	Holanda (Utrecht)	10-1-2017 a 15-01-2017	<u>Turismo Centro*</u>	Bilhete Público online: dia 12€, noite 8€, tarde 9€; Bilhete público (entrada): dia 15.50€, noite 9€, tarde 12€; O dia dos Visitantes é gratuito com inscrição prévia.	Visitantes: 10 e 11 de Janeiro 10h às 18h	Email para ana.martins@turismodeportugal.pt de forma a integrar a lista de espera. Inscrição não inclui: Transporte aéreo e transporte interno em cada cidade; alojamento; transporte de material promocional; alimentação.	OPO-AMS: 9 de Janeiro a 15: 117€ Alojamento: NH Centre Utrecht Hotel: 702€ (6 dias)
FITUR FITUR App Total: 359€ (5dias)	Madrid	18-1-2017 a 22-1-2017		Visitantes: Registro antes do dia 10 de Janeiro (1 dia : 10€ ; 5 dias : 18€) No dia: (1 dia) 20€ e (5 dias) 30€	Visitantes apenas: 18 a 20 Abertura: 10h às 19h Público: 21 a 22 Abertura: 10h às 20h e 10h às 18h	Email para adelaide.maria@turismodeportugal.pt de forma a integrar a lista de espera.	Ryanair: 18 a 22 – 34€ Hotel Osuna: 307€ (4 noites)
ITB Berlin (ITB App) Total: 625€ Taxi: (Aeroporto- Itb berlin): 15€	Alemanha	8-3-2017 a 12-3-2017		Visitantes: 1 DIA: 35€/52€ 5 DIAS: 50€/75€ itb-berlin.com/ticket Público: 12€ dia e 8€ com cartão de estudante	Visitantes: 8-12 Março 10h às 18h Abertura: 9h30 Público: 11-12 Março 10h às 18h Acesso a expositores: 8h30 – 19h	Email para ana.martins@turismodeportugal.pt de forma a integrar a lista de espera. http://www.itb-berlin.de/en/ Ponto de Encontro: Entrada Norte: Lobby, Hall 19 Entrada Sul: Middle Foyer between Halls 1.2a/2.2a	Comboio pass: 6-14 Março 99€ (Alemanha) http://www.itb-berlin.com/Exhibitors/TravelInfo/HowToGetToITBBerlin/AirplaneLufthansa:CodeSpecialPrice:DEZZNBD Momondo: TAP/white airways (7 de Março a 12 de Março : 184€) Alojamento: SleepCheatHostel Berlin (5 noites – 391€)
MITT	Rússia	14-3-2017	Não tem o	Bilhete: Sem informação	Abertura: 10h às	Email para	Ryanair / Pobeda: 260€

Moscovo Total: 363€+ bilhete		a 16-3- 2017	Turismo Centro associado.		18h	adelaide.maria@turismodepo rtugal.pt para mais informações. http://www.mitt.ru/en-GB	Alojamento: Best Western Plus Vega Hotel & Convetion Center: (52€ noite) – 103€
Workshop Hong Kong	China	20-3-2017 a 20-3- 2017	400€ cada workshop; Total: 2000€	20 a 24 de Março Limite de 14 empresas Cancelamentos aceites até 31 de Dezembro.	Abertura: 14h às 18h (hong kong) ...às 18h (outras) Apresentação: (Avisar T.P. com 1 mês de antecedência). Todas as empresas portuguesas têm de fazer uma apresentação da sua empresa + destino, TBD/TBC. Em todas as cidades, exceto Hong Kong	Email para claudia.miguel@turismodeportugal.pt para mais informações.	Necessidade de Visto Ligações aéreas e comboios / China Voo tap, Air china e Lufthansa: (xangai)-609€ [Escala em Madrid e Munique]
Workshop Cantão		21-3-2017					
Workshop Xangai		22-3-2017					
Workshop Hangzhou		23-3-2017					
Workshop Pequim		24-3-2017					
Arabian Travel Market Emiratos Árabes Unidos Total: 551+ Bilhete (mínimo) 692€+bilhete	Dubai (Dubai international Convention Centre)	24-4-2017 a 27-4- 2017	Não tem participação do Turismo Centro	Bilhete: Sem Informação	Abertura: 24 de Abril: 12h – 18h 25 e 26 de Abril: 10h – 18h 27 de Abril: 10h – 17h	Email para ana.martins@turismodeportugal.pt para mais informações. www.arabiantravelmarket.com	Sem necessidade de visa; Precisa de passport Voo Tap/lufthansa: 304€ Alojamento: Millenium Plaza: 388€ Ibis One Central Opening January 2016: 247€
Travel Week by ILTM (S.Paulo)	Brasil (Pavilhão da Bienal - Parque do Ibirapuera)	25-4-2017 a 28-4- 2017	Não tem participação do Turismo Centro	Só entram Expositores, Imprensa, <i>Vip buyers</i> .	Abertura: 25 (...), 26/27/28: 9h às 18h Encerramento (28) 21h às 3h. Necessidade de agendar taxi.	Email para adelaide.maria@turismodeportugal.pt para mais informações	

ITB – China Total: 556,0268€	Xangai	10-5-2017 a 12-5-2017 Inscrições até 26 de Abril	Organizada mediante o número mínimo de inscrições. Não tem agências associadas.	Entrada gratuita para visitantes pré-registados. Participantes da indústria de viagens: USD 30,00 (27,0268 €)		Email para ana.martins@turismodeportugal.pt para mais informações.	Iberia/Cathay Airways/Dragonair: (2 escalas) – 505€ Dia 9 a 12 de Maio Alojamento: Rock and Wood International Youth Hostel: 8€ noite – 24€
IMEX Frankfurt a. M. IMEX App Total: 351+bilhete	Alemanha (Messe Frankfurt, Hall 8)	16-5-2017 a 18-5-2017	Não tem participação do Turismo Centro.	Aeroporto de Taxi: 25€-30€ até ao local. Bilhete: Sem informação	Abertura: 16 e 17 de Maio: 9h45 às 18h 18 de Maio: 9h45 às 16h30	Email para joaquim.pires@turismodeportugal.pt para integrar em lista de espera.	Ryanair / TAP: 138€ Dia 15 ao dia 19. Alojamento: Zur Waldlust :183€ (Existe uma outra lista de alojamentos nas proximidades do evento no <i>website</i>)
ABAV –Expo internacional do Turismo (S. Paulo) Total: 2 385€ + transporte+ hotel	Brasil (Expo Center Norte)	1-9-2017 a 31-10-2017	Turismo Centro* (Não tem abertura ao Público.)	Inscrição gratuita para associados.	Abertura: 12h às 20h Haverá transfer para o evento com ida e volta ao Expo Center Norte, que sai da estação Portuguesa Tietê do Metrô (Linha 1 – Azul). Haverá transfer nos aeroportos também. Taxi: 65 R\$ distância do Aeroporto de Congonhas.	Email para ana.martins@turismodeportugal.pt de forma a integrar a lista de espera.	Iberia/TAAG: 2 385€ (Dia 31 AG a 31 Out) Alojamento: (Expo disponibiliza reserva em hospedagem (RS))
IFTM Top Resa (Paris) Total: 929€	França (Paris Porte de Versailles in Pavilions)	1-9-2017 a 30-9-2017	Turismo Centro*	Visitantes: €20 incl. taxa online, antes de 14 de Julho €35 incl. taxa online	Abertura: (Ainda não tem informação)	Email para adelaide.maria@turismodeportugal.pt de forma a integrarem a lista de	Ryanair: 132€ Alojamento: Arty Paris Hostel & Budget Hotel: 777€ (28€ noite) – Porte de

41

	7.1 and 7.2)			€50 incl. taxa na entrada Venda online abre em meados de Junho.		espera.	Versailles
IMEX America (Las Vegas) Total: 996€+bilhete	EUA (Sands Expo and convention center)	10-10-2017 a 12-10-2017	Não tem o Turismo Centro associado.		Abertura: (10 e 11 de Out) - 9h45 às 17h30 (12 de Out) – 9h45 às 16h30	Email para joaquim.pires@turismodeportugal.pt para mais informações	Alojamento: Best Western Mccarran Inn - 149€ (75€ noite) TAP: 847€
IBTM World (Barcelona)	Espanha (Gran Via venue Av. Joan Carles I 08908 L'Hospitalet de Llobregat Barcelona)	1-11-2017 a 10-12-2017	Turismo Centro*		Abertura: (Ainda não está atualizado o website)	Email para joaquim.pires@turismodeportugal.pt , onde ficarão em lista de espera.	Alojamento: Hotel Vilamari (60€ noite)
World Travel Market WTM London App	Reino Unido (Excel London)	1-11-2017 a 30-11-2017	Turismo Centro*	Bilhete: Sem informação	Abertura: 10h às 19h	Email para adelaide.maria@turismodeportugal.pt de forma a integrarem a lista de espera.	Alojamento (Bookacomodation App WTM London): Double tree by Hilton London Excel - (113€ noite)

*Feiras: Custo de um módulo de negócios para Associados com as quotas em dia: 1.900€ (inscrição por ordem de chegada); Workshops: Custo cidade+empresa associada com 1 representante : 250€, + 1 representante : 300€.

42

Apêndice K – Pontos de interesse

Sever do Vouga
<ul style="list-style-type: none"> ○ Biblioteca Municipal de Sever do Vouga <ul style="list-style-type: none"> ○ http://www.facebook.com/bm.severdovouga ○ Biblioteca, galeria de exposições e formações ○ Localização: Parque Urbano da Vila 3740-263 Sever do Vouga ○ Contactos: E-mail geral: biblioteca@cm-sever.pt <p>Tlf.: 234 55 00 30 Fax: 234 552 982</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Horário de Funcionamento: Segunda das 13h30 às 19h00; Terça a Sexta das 10h00 às 19h00; Sábado das 13h30 às 19h00; <ul style="list-style-type: none"> ○ Arte Sacra de Sever do Vouga <ul style="list-style-type: none"> ▪ 4 Revistas científicas de Arte Sacra – “O legado de Sever do Vouga” ○ Igreja Matriz de Sever do Vouga ○ Cruz Processional da Igreja de Rocas ○ Igreja do Senhor dos Passos ○ Alminhas - O número existente de "Alminhas" em Sever do Vouga - cerca de 275km - prova de fé/tradição. <ul style="list-style-type: none"> ○ Rota da Cultura <ul style="list-style-type: none"> ○ Arquitectónico e Estações Arqueológicas <ul style="list-style-type: none"> ▪ Localização: Região montanhosa ocidental de entre Douro e Minho, na qual se integra a Serra do Arestal; ▪ Forno dos Moiros ▪ Arquitectura megalítica – dólmenes <ul style="list-style-type: none"> • Anta 1 da Cerqueira (ou Casa Moura, como é popularmente conhecida) – Localizada na chã da vertente Este da Serra do Arestal, na Freguesia de Couto de Esteves • A Necrópole Megalítica do Chão Redondo (freguesia de Talhadas) constituída pelo Dólmen 1 e Dólmen 2, assim como a Anta da Capela dos Mouros (Arcas- Talhadas) estão, presentemente a ser objecto de escavação, restauro e promoção turística e cultural, no contexto do projecto "Ecomusealização da Paisagem- Escavação, Valorização e Dinamização - Animação Cultural e Turística. • Ruínas do Castro de Cedrim (Localizado: Serra das Talhadas numa plataforma em forma de esporão) • Inscultura gravada numa das rochas do afloramento do Castelo (Localizado: Lado Oeste do recinto muralhado) • Lugares do Doninhas e Ereira (caminhos romanos) – Localizado: Freguesia de Talhadas

Águeda
<ul style="list-style-type: none"> ○ Aldeia Pedagógica do Milho Antigo – Centro Interpretativo <ul style="list-style-type: none"> ▪ Roteiro turístico <ul style="list-style-type: none"> ○ Programa: A moinhola da Aldeia; Moinhos do Chão do Rio; Núcleos expositivos; A casa grãozinho de arroz; loja de venda da aldeia. Estação de Biodiversidade; Trilho da Aldeia PR3 e Trilho Terras de granito PR4; ○ Localização: Macieira de Alcôba ○ Horários: Ter., Qui. e Sex. Das 10h às 13h e das 14h30 às 18h. Dom. Das 10h às 13h e das 14h às 18h. ○ Marcação de visitas em outros dias e horários: <u>centrointerpretativomilhoantigo@sapo.pt</u> ou T: 234640294 / 234561187 / 967189435 ○ Maior Lagoa da Península Ibérica – Visitação <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Fermentelos (Águeda) Espinhel (Águeda) Ois da Ribeira (Águeda) ○ Programa: Trilho da Pateira ao Águeda PR1; Rota da Bairrada. ○ Agitours <ul style="list-style-type: none"> ○ <u>http://www.agitours.pt/</u> ○ Localização: Águeda ○ Contacto: T - +351 917 111 323 ○ Tours (Mínimo 4 pessoas) : Águeda Tour (9h – 18h : 40€ 1 dia); City Walk Tour (1/2 dia : 9h – 11h30 : 7€); Aveiro Tour (9h – 1 dia : 55€); Vouga Tour(1 dia – 40€ 8h45 – 18h); Macieira de Alcôba Tour (2 dias – 85€) ; Pateira Tour(1 dia – 40€, 9h30- 17h)Wine Tour(1 dia – 55€, 9h – 16h30) Trilhos Pedestres (1 dia: 10€): (Pateira ao Águeda PR1; da Aldeia PR3; Terras de Granito PR4; Ponte de Ferro PR5; Águeda PR6; Dos Poços PR7).Turismo Industrial: (Circuito 5 Senses(1 dia: 55€), Circuito Kids Factory (½ dia: €3), Circuito personalizado). Águeda night Sport; Festa Branca; Petiscos, Drinks and Friends. ○ Parque Alta Vila <ul style="list-style-type: none"> ○ Património Cultural (Rota da bairrada) ○ Evento: Feira Quinhentista

- **Localização:** Rua da Alta Vila (Águeda)
- **Biblioteca Manuel Alegre**
 - <http://agueda.bibliopolis.info/>
 - **Localização:** Av. 25 de Abril, Nº3 (Águeda)
 - **Horário:** Seg. 13h às 19h; Ter. a Sex. 10h às 19h. Sáb. 10h às 12h30. Encerrada aos Domingos.
- **Casa Museu Cancioneiro de Águeda**
 - **Localização:** Rua Júlio Portela (Venda Nova) – Águeda
 - **Funcionamento:** Mediante marcação prévia.
 - **Contactos:** Tel - 234 197 551 / 934 341 106/ 963 030 849
 - **Email:** cancioneirodag@netvisao.pt ou roirene@gmail.com
- **Casa Museu João Tomás Nunes (visitação)**
 - **Tipologia:** Museus de Etnografia e Antropologia
 - **Localização:** Fermentelos (Águeda)
 - **Funcionamento:** Mediante marcação prévia. Encerra: 15 de agosto, 1 de novembro e 24 de dezembro.
 - **Contactos:** Tel. 234 721 218 **E-mail:** odnalar@gmail.com / ijtnunes@gmail.com
- **Museu Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro (visitação)**
 - **Localização:** Águeda
 - **Exposições, Museu, Roteiro Ruanesco e Fundação**
 - **Horário:** Ter. a Sáb. (10h às 18h) Dom. c/ pré-marcação
 - **Preços:**
 - 1 Pessoa - 3€
 - Pessoa entre os 6 e 12 anos - 1,5€ / pessoa
 - Pessoa até aos 6 anos - GRATUITO
 - **Visitas Guiadas**
 - Com pré-marcação e quando fora do horário normal:
 - Grupos até 20 pessoas €60
 - **Amigos da Fundação (em horário normal) Conjuges / ascendentes e descendentes directos – GRATUITO**
- **Museu Etnográfico da Região do Vouga (visitação)**
 - <http://www.regiaodovouga.com/>
 - **Localização:** Rua da Liberdade, nº32, Mourisca do Vouga
 - **Horário de Funcionamento:** Por marcação prévia
 - **Contactos:** Tlm. 933 199 872 / 914 369 071 **e-mail.** gfrv@sapo.pt ou geral@regiaodovouga.com
- **Museu Nacional Ferroviário – Núcleo de Macinhata do Vouga**
 - **Recriação Histórica** - 1º Dom. de cada mês
 - www.fmnf.pt
 - **Localização:** Macinhata do Vouga
 - **Horário:** Ter. a Dom., das 10h às 13h30 e das 14h às 17h30 (de Maio a Outubro até às 19h).
 - **Contactos:**[Com marcação prévia] **Tel.** 234 610 070 **E-mail:** manuela.almeida@cm-agueda.pt

- Serviço Educativo FMNF
- Tel.: 249 130 375
- Fax: 211021773
- E-mail: se@fmnf.pt
- **Sextas Culturais**
 - <https://www.facebook.com/sextasculturais/>
 - Localização: Águeda – Cine-Teatro S. Pedro
 - Preço: Bilhetes - 5€ compra antecipada e 8€ no próprio dia.
 - Os bilhetes já estão à venda na Biblioteca Municipal de Águeda, Piscinas Municipais e Cine-Teatro.
- **Agitágueda (*Umbrella sky* Projet) – Arte Urbana Permanente**
 - <http://www.agitagueda.com/>
 - Arte Urbana, Concertos, Animação de rua e Festival de Estátuas
 - Tipo: Festival das Artes
 - Localização: Praça 1º de Maio
 - Datas: 1 a 23 de Julho 2017
 - Entrada: Gratuita
- **Festa do Leitão**
 - <http://www.festadoleitao.com/>
 - Artesanato e Gastronomia de Águeda, Expositores e Concertos.
 - Datas: 1 semana em Setembro
 - Bilheteiras: Conforme os dias (~2/3€ entrada) Existem também Bilhetes de livre trânsito e Convidados.
- **Decoração de Natal (visitação)**
 - Pai Natal Guinness e ruas com arte urbana e Projeto *Umbrella sky*; Pista de gelo ecológica e vendas de rua.
- **Percursos Pedestres de Águeda**
 - Walkinágueda (aplicação) (Descarregar: App store e Google play)
 - PR 1 - TRILHO DA PATEIRA AO ÁGUEDA
 - PR 2 - TRILHO DAS LEVADAS
 - PR 3 - TRILHO DA ALDEIA
 - PR 4 - TRILHO TERRAS DE GRANITO
 - PR 5 - TRILHO DA PONTE DE FERRO
 - PR 6 - TRILHO DE ÁGUEDA
 - PR 7 - TRILHO DOS POÇOS
 - PR 8 - TRILHO DA SERRA
 - PR 9 - TRILHO DO RIO ÁGUEDA
 - PR 10 - TRILHO DE LOURIZELA
 - PR 11 - TRILHO DO VALE SERRANO
 - PR 12 - TRILHO DOS ARROZAIAS
- **Contactos:**
 - Endereço Postal
 - Câmara Municipal de Águeda Divisão de Desenvolvimento Local Praça do Município 3754-500 Águeda
 - Contacto telefónico
 - 234 610 070 – extensão 1427
 - Telemóvel
 - Pedro Alves – 962 029 814
 - Célia Laranjeira – 962 193 254
 - Contactos de correio eletrónico:

- geral@cm-agueda.pt
- percursosdeagueda@cm-agueda.pt

Aveiro

- **Rota da Bairrada**
 - Gastronomia: Leitão à bairrada
 - Caves e Adegas
 - Património e Cultura
 - Termas
 - Golfe (Tamengos)
 - Roteiros (Azul, Roxo, Castanho, Amarelo, Vermelho, Rosa, Verde, Laranja)
 - www.rotadabairrada.pt/?idioma=pt
 - **Localização:** Anadia
- **Ria de Aveiro**
 - <http://www.riadeaveiro.pt/>
 - Oportunidade de Criar Rotas
 - Roteiros Sugeridos:
 - Birdwatching
 - Roteiros em Família
 - Rota dos desportos náuticos
 - Ria de Bicicleta
 - Rota da Pesca
 - Rota da Arquitetura
 - Rota do Bem-estar
- **Campus Universitário**
 - <https://www.ua.pt/PageText.aspx?id=152>
 - **Localização:** Universidade de Aveiro
- **Farol da Barra**
 - <http://www.cm-ilhavo.pt/pages/1867>
 - **Localização:** Praia da Barra
 - **Horário:** Qua. à tarde: 3 subidas (de hora a hora), no período das 13h30 e as

16h30 (inverno) ou no período das 14h às 17h (verão). As visitas decorrem de 30 em 30 minutos. Reservas: Até 2 dias de antecedência.

- **Preço:** Visita gratuita

- **Museu de Ovar**

- <http://www.museudeovar.pt/>
- **Localização:** Rua Heliodoro Salgado (Ovar)
- **Horário:** 9h30 - 12h30 / 14h30 - 17h30 - Encerrado aos domingos, segundas e feriados.

- **Museu Júlio Dinis**

- <http://www.cm-ovar.pt/>
- **Localização:** Rua Júlio Dinis (Ovar)
- **Horário:** Ter. a Sáb., das 9,30h às 12,30h e das 14h às 17h. Encerra: Dom. Seg. e Fer.

- **Museu de Aveiro (Santa Joana)**

- <https://www.facebook.com/museuaveiro/>
- **Localização:** Avenida Santa Joana (Aveiro)
- **Horário:** De outubro a março - Ter. a Dom., das 10h às 18h. De abril a outubro - Ter. a Dom. das 10h às 19h. Encerra - Seg., 1 de Janeiro e 25 de Dezembro.
- **Preço:** Bilhete Normal: 4€ Gratuito: Até aos 12 anos e pessoas com mais de 65 anos, Estudantes, Portadores do Cartão-jovem. Visitas guiadas (com marcação prévia) - Grupo mínimo de 15 pessoas.

- **Festival do Bacalhau**

- **Programação:** Concertos, Confraria gastronómica do bacalhau, *Showcooking*, Corrida mais louca da Ria, visita ao Navio Museu Santo André e Jardim Oudinot.
- <https://www.facebook.com/FestivaldoBacalhau/>
- **Localização:** Jardim Oudinot (Avenida do Porto Comercial - Gafanha da Nazaré)
- **Duração:** 1 semana (agosto)

- **Preços:** Entrada Gratuita
- **Festival Rádio Faneca**
 - <http://www.festivalradiofaneca.pt/>
 - **Programação:** Espaços de encontro (Jardim, becos, vielas e ruas) de brincadeiras, ver e ouvir histórias e música; Comunidade participante nos projetos artísticos; Emissão de rádio e playlist de dedicatórias.
 - **Localização:** Jardim Henriqueta Maia - (Ílhavo)
 - **Duração:** 3 dias (maio)
 - **Preços:** Entrada Gratuita
- **Rota das Padeiras**
 - <http://www.cm-ilhavo.pt/pages/3169>
 - **Programa:** Momentos de animação; visita a moinhos e padarias; iguarias; folares e padas; e exposição de objetos antigos e atuais da confeção.
 - **Localização:** Sede da ACR Os Baldas (Vale de Ílhavo)
 - **Duração:** 3 dias (março)
 - **Horário:** Todos os dias visita de serviço educativo. Outras: sujeito a Programação.
- **Ria a Gosto – Festival de Marisco da Costa Nova**
 - <http://www.cm-ilhavo.pt/pages/2464>
 - **Programação:** Ambiente informal de uma Mega-Tenda para dinamização da economia local - Gastronomia: Marisco.
 - **Localização:** Relvado da Costa Nova (Gafanha da Encarnação)
 - **Duração:** 1º Fim de semana de agosto
 - **Preço:** Entrada - 5€ (inclui bebidas e oferta da caneca); Doses de marisco diversificadas (preços desde os 5 aos 50€/dose).
- **Marolas Ílhavo**
 - <http://www.cm-ilhavo.pt/pages/3014>
 - **Programação:** Atividades culturais, desportivas, lúdico-recreativas direcionadas para jovens.
 - **Localização:** Praias do município de Ílhavo: Costa Nova e Barra (palcos

improvisados e espaços)

- **Duração:** 24 dias (julho)
- **Preço:** Participação gratuita

○ **Vista Alegre**

- <http://vistaalegre.com/pt/>
- **Programação de Visita:** O bairro operário, museu da Vista Alegre, Capela de Nossa Senhora da Penha de França. Workshops de pintura e olaria; Laboratório das Artes – Teatro Vista Alegre; Lojas.
- **Localização:** Rua Augusto (Ílhavo) - Largo da Fábrica da Vista Alegre
- **Preço:**

Tipologia de visitante	Bilhete (Museu + Capela)	Bilhete Integrado (Museu Vista Alegre + Capela + Museu Marítimo de Ílhavo)
Adulto (18-64 anos)	6,00 €	9,00 €
Jovem (6-17 anos)	3,00 €	4,00 €
Cartão-jovem	3,00 €	4,00 €
Senior (>65 anos)	3,00 €	4,00 €
Família (2 adultos + 2 ou mais filhos menores de 18 anos)	16,00 €	24,00 €

Reduções

Grupos de 15 a 20 pessoas	10%
Grupos de 21 a 30 pessoas	15%
Grupos com mais de 30 pessoas	20%
Estabelecimentos de ensino em número igual ou superior a 15 alunos	50%

- **Oficina do Doce – Projeto Fabridoce**
 - <http://www.oficinadodoce.com/>
 - **Localização:** Rua João Mendonça (Aveiro)
 - **Programação:** Ponto de venda, workshops, sugestão e construção de programas.
 - **Construção de Roteiros:** Crianças e jovens até aos 18 anos (Oficina do doce, passeio de moliceiro, salinas, Funceramics, museu de aveiro e Lugar dos Afetos); Jovens Adultos, seniores e turistas de diferentes nacionalidades (oficina do doce, passeio de moliceiro, salinas, vista alegre, museu de Aveiro, Museu marítimo de Ílhavo); Família, empresa (Oficina do Doce, Passeio de Moliceiro, Salinas, Vista Alegre, Museu de Aveiro e Museu marítimo de Ílhavo).
 - **Sugestão de Roteiros:** Visita oficina do doce + Moliceiro + Salinas (**Grupo:** €7.50 **Individual:** €10.50); Visita oficina do doce + Beleza do sal (**Criança:** €2.50 **Adulto:** €4.50); Visita Oficina do doce + Museu do Brincar (**Grupo:** €3.50); Visita Oficina do Doce + Museu marítimo de Ílhavo (Museu - Grupo: €2.75 e Navio – **Grupo:** €2.25); Visita Oficina do doce + Funceramics (Jogos de Aromas – **Grupo:** €4.20 **Individual:** €7); Brincadeiras de criança - **Grupo:** €4.20 **Individual:** €7 ; Roda de oleiro – **Grupo:** €3.25 **Individual:** €7); Visita Oficina do Doce + Lugar dos Afetos (<12anos: €4.50 >12 anos: €5.50).
- **Aveitour**
 - <http://www.aveitour.com/>
 - **Localização:** Aveiro
 - **Contacto:** +351 234 097 573 | +351 91 66 58 100
 - **Programa:** Rotas de barco (passeio tradicional, Visita oficina do doce+ passeio, Salinas + passeio, Visita à beleza do sal + passeio, Passeio Refeição, Degustação de Doçaria Típica, Caça ao Tesouro, Passeio de Barco Temático.), Rotas de autocarro (Passeio), de carrinha (passeio com guia), e pedestres (Riapaper, Passeio pedonal com guia turístico) e rotas personalizadas.
- **Museu Marítimo de Ilhavo e Navio**
 - <http://www.museumaritime.cm-ilhavo.pt/>

- **Localização:** Avenida Dr. Rocha Madahíl
- **Horário:** março a setembro Ter. a Sex. – 10h-18h Sáb., dom. e fer. – 14h-18h; outubro a fevereiro Ter. a Sex. – 10h-18h Sáb. e fer. – 14h-18h; O Museu Marítimo de Ílhavo e o Navio-Museu Santo André encerram ao domingo (entre outubro e fevereiro) e à Seg. e nos Fer.: 1 de janeiro, Sex. Santa, Dom. de Páscoa, 1 de maio, 1 de novembro e 25 de dezembro. Nos restantes feriados, o Museu Marítimo de Ílhavo e o Navio-Museu Santo André encontram-se abertos no horário praticado ao sábado (14h-18h).
- **Tabela de preços:**

Visita Individual

	Museu Marítimo de Ílhavo	Navio-Museu "Santo André"
Adulto	€ 5,00	€ 3,00
Jovem (6-17)	€ 2,50	€ 1,50
Cartão-jovem	€ 2,50	€ 1,50
Cartão de Estudante	€ 2,50	€ 1,50
Sénior (>65 anos)	€ 2,50	€ 1,50
Família (casal +2 filhos)	€ 13,00	€ 8,00

Visita integrada

	Museu Marítimo de Ílhavo e Navio-Museu Santo André
Adulto	€ 6,50
Jovem (6-17)	€ 3,00
Cartão-jovem	€ 3,00
Cartão de Estudante	€ 3,00
Sénior (>65 anos)	€ 3,00
Família (casal +2 filhos)	€ 17,00

Atividades serviço educativo – Férias (Natal, Carnaval e Páscoa)

	Museu Marítimo de Ílhavo	Navio-Museu "Santo André"
Valor por períodos de 3 dias	€ 12,00 criança	€ 12,00 criança
Valor por dia	€ 5,00 criança	€ 5,00 criança

NOTAS

1) O bilhete integrado, visa incentivar a visita aos dois espaços e é válido por dez dias, contemplando uma visita ao Museu Marítimo de Ílhavo e outra ao Navio-Museu Santo

André.

2) Considera-se “família”, para efeitos de cobrança de bilhete familiar, o agregado constituído por um casal com dois ou mais filhos menores de 18 anos.

3) O bilhete para atividades de serviço educativo funciona nos períodos de férias escolares e destinam-se a crianças dos 5 aos 12 anos, podendo os encarregados de educação optar pelas seguintes modalidades:

a) Por períodos de 3 dias, 3 horas por dia, entre as 10h00 e as 13h00 ou entre as 14h00 e as 17h00;

b) Por dia, 3 horas, entre as 10h00 e as 13h00 ou entre as 14h00 e as 17h00.

4) Estas taxas serão atualizadas anualmente, por aplicação do índice de preços ao consumidor, nos termos previstos no regulamento de liquidação e cobrança de taxas pela concessão de licenças e prestação de serviços municipais do município de Ílhavo.

Ingressos e reduções

Grupos de visitantes organizados, e com visita previamente agendada e confirmada pelo museu, independentemente da faixa etária e de acordo com a seguinte tabela:

Bilhete de Grupo

	Taxa de redução
Grupos de 15 a 20 pessoas	10 %
Grupos de 21 a 30 pessoas	15 %
Grupos com mais de 31 pessoas	20 %

1. Está prevista a redução de taxas em 50% para:

- a) Visitas provenientes de estabelecimentos de ensino, em número igual ou superior a 25 alunos.
- b) Funcionários da Câmara Municipal de Ílhavo.

2. As reduções de taxas previstas no n.º 1 e 3 do presente artigo poderão acrescer outras reduções ou isenções cobertas por protocolos estabelecidos pela Câmara Municipal de Ílhavo com instituições culturais, turísticas e outras.

Ingressos – Isenções

1. Será facultada a entrada gratuita a:

- a) Sócios da Associação dos Amigos do Museu de Ílhavo;
- b) Sócios do ICOM – International Council of Museums;
- c) Sócios do ICMM – International Council of Maritime Museums;
- d) Crianças com idade até 5 anos;
- e) Instituições de ensino públicas ou privadas do Município de Ílhavo;
- f) Utentes provenientes das IPSS do Município de Ílhavo;
- g) Professores e profissionais de educação, quando em serviço e acompanhados por grupos

escolares de qualquer grau de ensino;

h) Profissionais das IPSS de Apoio a pessoas portadoras de deficiência e a seniores, quando acompanhados pelos respetivos grupos.

i) Investigadores, jornalistas e profissionais de turismo, no desempenho das suas funções e devidamente identificados;

j) Outras situações que sejam objeto de requerimento fundamentado, apreciação e despacho favorável do Presidente Câmara Municipal de Ílhavo, com parecer prévio da direção do Museu.

Dias Abertos

1. Com a finalidade de estimular as visitas ao Museu e ao pólo Navio Museu Santo André e alargar os seus públicos, são definidos dias abertos especiais, destinados a todos os públicos.

2. Por dias abertos, entende-se o acesso gratuito ao Museu e Navio Museu, em diferentes épocas do ano e destinados a todos os visitantes, conforme se indica:

a) Primeiro sábado de cada mês, apenas e durante o horário de inverno;

b) Nos seguintes dias comemorativos:

i. Dia 18 de maio, Comemoração do Dia Internacional dos Museus;

ii. Dia 8 de agosto, Data Comemorativa da Fundação do Museu e apenas para o espaço do Museu, excluindo o acesso gratuito ao pólo Navio Museu Santo André;

iii. Dia 23 de agosto, Data Comemorativa da Abertura do Navio Museu Santo André, apenas para o espaço do Navio Museu, excluindo o acesso gratuito ao Museu;

iv. Dia 21 de outubro, Data Comemorativa da Ampliação e Remodelação do Museu Marítimo de Ílhavo, apenas para o espaço do Museu, excluindo o acesso gratuito ao pólo Navio Museu Santo André.

c) O Presidente da Câmara Municipal de Ílhavo, sob parecer da direção do Museu, reserva-se ao direito de alterar estes dias, fazendo-os coincidir com o fim de semana mais próximo.

o Roteiro Praia da Costa Nova

o **Programa:** Visitar casas da Costa Nova, Minigolfe, Mercado do Peixe e pastelaria Costa (pão de Vale de Ílhavo).

o **Horário do Mercado:** Verão (1 de junho a 30 de setembro): 08h00 às 20h00 / Encerra à segunda-feira. Inverno (1 de outubro a 21 de maio): 08h00 às 13h30 (terça a sexta-feira) / 08h00 às 18h00 (sábado, domingo e feriados) / Encerra à

segunda-feira.

- **Horário do Minigolfe:** Quartas e sextas: 14h~19h Sábados, domingos e feriados: 10h~19h (<https://www.minigolfe-costanova.pt/>)
- **Preço Minigolfe:**

Espaço com Wi-Fi gratuito, esplanada ao ar livre e área coberta. Mais que um jogo, uma aventura!

Consulta a nossa tabela de preços:

	Aventura dos Piratas	Tesouros da Ria
Até aos 6 anos	2,50€	2,50€
Dos 7 aos 12 anos	3,00€	3,00€
A partir dos 13 anos	3,50€	3,50€

- **O Cicerone**
 - <http://www.o-cicerone-tour.com/>
 - **Localização:** +351) 234 325 911 (Loja de Turismo de Ílhavo - Avenida 25 de Abril, Ílhavo) ou (+351) 914 854 578 (O Cicerone)
 - **Programa:** Walking tours com Guias Técnicos
 - **Walking Tour Ílhavo**
 - Percurso pedonal na cidade de Ílhavo, com visita aos pontos mais relevantes da cidade, arte nova, e adaptada ao gosto e interesse de cada cliente, terminando com visita ao Museu Marítimo de Ílhavo, onde ficaram a conhecer mais sobre o bacalhau e a vida na ria.
 - **Duração** - 3h
 - **Preços por pessoa para um mínimo de 3** – 35 €
 - **Menos de 3 pessoas** – 105 €
 - **Walking Tour Costa Nova**
 - Percurso pedonal na Costa Nova, permitindo conhecer um pouco mais da história desta bela praia, dos seus palheiros e das suas gentes.
 - **Duração** - 1h30
 - **Preços por pessoa para um mínimo de 3** – 10 €
 - **Menos de 3 pessoas** – 30 €
 - **Rota das Padeiras**
 - Nesta “aldeia” as tradições únicas passam de geração em geração e são preservadas com especial carinho.

- **Preço para 9 pessoas ou menos:** 150,00€
 - **Valor adicional, por pessoa (entre as 10 e as 29):** 15 €
 - **Valor adicional, por pessoa (entre as 30 a até às 50):** 12,50€
 - **Duração:** ½ dia
 - Disponível mediante reserva com 5 dias de antecedência
 - Preços apresentados com IVA incluído a 23% / Seguros Incluídos
- **Gelados de Portugal (gelado artesanal)**
 - <http://geladosdeportugal.pt/>
 - **Localização:** Rua da Paz (Aveiro)
 - **Contacto:** + 351 234 913 392
 - **Email:** geral@geladosdeportugal.pt
 - **Ilha dos Puxadoiros**
 - <http://www.ilhadospuxadoiros.pt/>
 - **Localização:** Canal do Peixe – Sede e Loja; Rua João Mendonça (Aveiro)
 - **Programa:**
 - **PUXADOIROS Tour** – Visita guiada no trilho do sal, salicórnica e ostras, com explicação detalhada da safra tradicional do sal e da produção da salicórnica e da ostra, observação e "registo fotográfico" da fauna e flora típicas da Ilha e da Ria de Aveiro.
 - **PUXADOIROS Flavours** – Visita guiada no trilho do sal, salicórnica e ostras, com explicação detalhada da safra tradicional do sal e da produção da salicórnica e da ostra, observação e "registo fotográfico" da fauna e flora típicas da Ilha e da Ria de Aveiro. Degustação de ostras e/ou salicórnica acompanhadas de espumante da Bairrada.
 - **PUXADOIROS Birdwatching** – programas de observação de aves da Ilha e da Ria, com visita guiada no Trilho das Aves, apresentação das normas de conduta e segurança e dos palheiros preparados para a observação de aves; distribuição de água, snacks e materiais e equipamentos.
 - **PUXADOIROS Especial** – Programas únicos sendo concebidos e planeados caso a caso, ajustando a oferta às necessidades e expectativas dos clientes, a proposta e respectivo orçamento é apresentada

formalmente com base na especificidade de cada programa.

- **PUXADOIROS by Night** – programa de permanência na Ilha durante a noite, com os necessários serviços de apoio, incluindo refeições; observação das estrelas e da vida noturna dos pássaros e da fauna da Ria.
- **Transporte de barco entre Aveiro e a Ilha dos Puxadoiros na Ria de Aveiro e regresso incluído.**
- **Reserva e planear uma visita à Ilha** através dos nossos **contactos +351 969 449 864** e enviando-nos a **ficha** anexa em download para o **email turismo@ilhadospuxadoiros.pt**.
- **Vouchers** (Casa da Ria ou loja on-line)
- **Viva a Ria**
 - <http://www.vivaaria.com/>
 - **Localização:** Cais: Jardim do Rossio (Aveiro)
 - **Horários:** Todos os dias do ano, com excepção do dia de Natal.
 - **Passeio Canais da Cidade**
 - Segunda a Sexta e fim-de-semana, das 9h às 18h.
 - Saídas de 15 em 15 minutos, aproximadamente.
 - **Passeio Romântico**
 - Segunda a Sexta e fim-de-semana, das 9h às 18h
 - Saídas às 11h ou 14h
 - Sujeito a marcação prévia
 - **Restantes passeios**
 - Sujeitos a marcação prévia, e ao número mínimo de participantes.
 - **Contactos:** T: +351 969008687 E: vivaaria@gmail.com
- **Hotspot tours**
 - <http://hotspot-tours.com/>
 - **Localização**
 - **Programa:** Coimbra tour (85€ 1 dia); Ria de Aveiro Tour (desde 55€); Vouga tour (desde 75€); Arouca Tour (desde 65€); Ílhavo Tour (60€ 1 dia); Bairrada

Tour (desde 80€); Hotspot à medida; Extra-Hot (programas especiais, promoções e novidades);

○ **SailSpot**

- <http://sailspot.pt/>
- **Localização:** Marina do Jardim Oudinot; Forte da Barra – Gafanha da Nazaré, Ílhavo
- **Experiências:** Batismos de Vela; Ria de Aveiro Sailing Tours (2h, 1/2 Day & Full day aboard; Sunset Sailing); Especial a Dois (Sunset Sailing; Pic-Nic-Lovers); Despedidas de Solteiro (a); Festas de Aniversário; Sessões fotográficas
- **Programas à medida** (Outras celebrações a bordo; Experiências de Vela para crianças)
- **Algumas das nossas Sailing Experience estão disponíveis em formato Voucher.**

○ **SeizeAveiro**

- <http://seizeaveiro.webnode.pt/>
- **Localização:** Aveiro
- **Contacto:** seizeaveiro@gmail.com
- **Programas de dia e de noite “seize”** - <http://seizeaveiro.webnode.pt/servi%C3%A7os/>

○ **Onda Colossal**

- <http://www.ondacolossal.pt/>
- **Programa:** Passear na ria de Aveiro
- **Localização:** Antiga capitania de Aveiro
- **Contacto:** T – 914171014
- **Preço:** PASSEIOS DE MOLICEIRO
 - Bilhete Individual Adulto > 8€
 - Bilhete Individual Criança (4-12 anos) > 4€
 - Bilhete Individual Criança (<4 anos) > Gratuito (se acompanhado por 1 adulto)

VISITA À MARINHA DA NOEIRINHA

- Bilhete Individual Adulto > 3,5€
- Bilhete Individual Criança (4-12 anos) > 2,5€
- Bilhete Individual Criança (<4 anos) > Gratuito (se acompanhado por 1 adulto)
- **Preço especial para Grupos: Contacto**
- **Ecoria, Lda**
 - <http://www.ecoria.pt/>
 - **Localização:** Rua Carlos Silva Maelo Guimarães, Cais da Fonte Nova, Aveiro
 - **Circuitos:** Urbano em embarcação típica (Pessoa: 8€; Criança (3-11 anos): 4€; Grupos: 45 min – €4.50); Exterior em embarcação típica (Grupos: 1h – 4€); Urbano com gourmet (45min - € 9.50 pessoa); Personalizado; Visita às salinas (Grupos: 45min – 1,75€); Museu marítimo de Ílhavo (Grupos: MMÍ 1h - €1.50; NMÍ: 45min - €1.50); Workshop de ovos moles (Grupos 45min - €1.50); Funceramics (Grupos 45min até 2h30 desde €3.50); Quinta pedagógica (Grupos: 2h - €3.50); Campus, Sal e Praia (Grupos: 1h - €1.50);
 - **Grupos no mínimo com 20 pessoas.**
- **Fábrica Centro Ciência Viva de Aveiro**
 - <http://www.ua.pt/fabrica/>
 - **Localização:** Campus (UA)
 - **Preços:**
 - Geral
 - Dia inteiro
 - Até 2 anos – gratuito
 - 3 > 18 anos | estudante | sénior (+ de 65 anos) – 4€
 - Adulto – 6€
 - Família (até 2 adultos e filhos até aos 18 anos) – 13€
 - Valência única
 - Até 2 anos – gratuito
 - 3 > 18 | estudante | sénior (+ de 65 anos) - 2€
 - Adulto – 3€
 - Grupos (+ de 10 pessoas, com marcação prévia)

- Meio dia
 - 3 > 5 anos – 2€
 - 6 > 18 anos | estudante – 3€
 - Adulto – 3,50€
 - Sénior (+ de 65 anos) – 2,50€
- Dia inteiro
 - 3 > 5 anos – 2,50€
 - 6 > 18 anos | estudante | sénior (+ de 65 anos) – 4€
 - Adulto – 5,50€
 -
- **Lugar dos Afetos**
 - <http://www.gracagoncalves.com/>
 - **Localização:** Largo Nossa Senhora da Graça
 - Eixo (Aveiro)
 - **Preços:**
 - **Pelo Caminho dos Afetos**
 - 0 a 2 anos - Gratuito
 - 3 a 12 anos - 3,90 €
 - 13 a 64 anos - 4,90 €
 - mais de 65 anos - 3,90 €
 - **Parque das Emoções**
 - 0 a 2 anos - Gratuito
 - 3 a 12 ano - 3,90 €
 - 13 a 64 anos - 4,90 €
 - mais de 65 anos - 3,90 €
 - **Pelo Caminho dos Afetos & Parque das Emoções**
 - 0 a 2 anos - Gratuito
 - 3 a 12 anos - 6,90 €
 - 13 a 64 anos - 8,90 €
 - mais de 65 anos - 6,90 €
 - **Programas:**
 - Visitas Programadas (com marcação prévia) – Para todas as idades;
 - Marcações – de 2.ª a 6.ª feira, das 9h30 às 12h30 e das 14h30 às 17h30,

pelo telefone nº 234 933 838, pelo e-mail reservas@gracagoncalves.com, ou a qualquer altura através do formulário abaixo, sem compromisso.

- (No caso de grandes grupos, deverá ser pago o valor de 50% no ato de confirmação da reserva.)
- **Pontualidade** – Solicita-se a pontualidade, sendo a tolerância de atraso de 15 minutos para visitas programadas.
- **Desistências** – Em relação às Visitas Programadas, as desistências devem ser comunicadas com antecedência (de pelo menos 8 dias), para que outros participantes não fiquem privados de usufruir da atividade prevista.
- **Poderá lanchar ou almoçar no espaço, mediante marcação prévia.**
- **Existe um Parque de Estacionamento a 50mts.**
- **Alugar para a realização de Festas e Eventos.** Para mais informações contacte pelo telefone nº 234 933 838, do e-mail lugardosafetosparquedasemocoas@gmail.com, ou através do formulário abaixo sem compromisso.

○ **Quinta Pedagógica – Escola Equestre**

- <http://www.escolaequestreaveiro.com/>
- **Localização:** Quinta do Chão D'Agra (ou Rua da Igreja) Vilarinho – Aveiro
- **Programas:** Escola equestre de Aveiro; Quinta pedagógica de Aveiro; Quinta Aventura; Animação à medida.

Porto

➤ Segredos e Sabores

- Estação Ferroviária de São Bento
 - Localização: Praça Almeida Garret (Porto)
 - Horários: Aberto todos os dias das 05h à 01h40
 - Preço: Gratuito

- Ponte D.Luís I
 - Localização: Centro Histórico
 - Preço: Gratuito

- Muralhas Fernandinas
 -
 - Localização: Rua Amaldo Gama
 - Horário: dias úteis das 9h às 17h.
 - Entrada: o acesso ao trecho dos Guindais da Muralha Fernandina faz-se a partir do Largo Primeiro de Dezembro, passar pelo arco que dá acesso à igreja de Santa Clara. A muralha fica à esquerda.
 - Preço: Gratuito

- Torre dos Clérigos
 - <http://www.torredosclerigos.pt/pt/>
 - Localização: Rua Senhor Filipe Nery
 - Horários: Todos os dias das 9h às 19h
 - Preço: 2€

- Via Catarina
 - Localização: Rua Santa Catarina
 - Preço: Gratuito

- Café Majestic
 - <http://www.cafemajestic.com/pt/Utilidades/Homepage.aspx>
 - Localização: Rua Santa Catarina 112 (Porto)
 - Horários: Aberto de segunda a sábado das 9h30 às 00h
 - Preço de um café: 2€

- Mercado do Bolhão
 - Localização: Rua de Alexandre Braga 81(Porto)
 - Horários: Aberto de segunda à sexta das 7h às 17h e ao sábado das

7h às 13h

- Preço: Gratuito

- Livraria Lello S.A (Catedral dos livros que inspirou Harry Potter)

- <http://www.livrarialello.pt/>
- Horários: Aberto de segunda à sexta das 10h às 19h30 e ao sábado das 10h às 19h
- Localização: Rua das Carmelitas 144
- Preço: 3€

- Sé Catedral do Porto

- Horário da Igreja: Todos os dias das 9h às 12h30 e das 14h às 18h no inverno e até às 19h no verão. Dia de encerramento: Natal e Páscoa (tarde)
- Preço: Gratuito
- Museu e Claustros
- Horário: Verão: 9h - 12:15h e das 14:30h -18:30h Inverno: 9h-12:15h e das 14:30h -17:30h. Dia de encerramento: Natal e Páscoa (tarde); Domingo e feriados religiosos (manhã)
- Preço: 3€ Grupos com mais de 10 pessoas e estudantes - 2€ Crianças até 10 anos- Gratuito

- Avenida dos Aliados

- Localização: Praça General Humberto Delgado
- Preço: Gratuito

- Miradouro Igreja da nossa Senhora da Vitória

- Localização: Rua de São Bento da Vitória 2 (Porto)
- Preço: Gratuito

- ROTA DO VINHO DO PORTO

- Museu do Vinho do Porto

- <http://balcaovirtual.cm-porto.pt/PT/cultura/museus/museudovinhodoporto/Paginas/museudovinhodoporto.aspx>
- Localização: Rua Monchique (Porto)
- Horário: 3.ª feira a sábado das 10h00 às 17h30 (últimas admissões às 17h00) domingo das 10h00 às 12h30 e das 14h00 às 17h30 (últimas admissões às 14h00 e às 17h00) encerra à 2.ª feira e feriados
- Preço: Grátis aos fins-de-semana. Entrada nos dias úteis: 2,20€ por pessoa. Os portadores de Cartão Jovem beneficiam da redução de 50%. É gratuita a entrada de crianças até 14 anos, alunos e professores de qualquer grau de ensino, adultos com mais de 65 anos, sócios do ICOM, da APOM e portadores do Passe Caloiro e Passe Porto.
- Caves
 - A. A. Cálem – Vinho do Porto
 - <http://www.cavesvinhodoporto.com/caves.html>
 - Localização: Av. Diogo Leite (Vila Nova de Gaia)
 - Horário: Maio a Outubro -10h-19h Novembro a Abril (10h-18h) (Todos os dias)
 - A.A. Ferreira
 - <http://www.sograpevinhos.com/>
 - Localização: Av. Ramos Pinto (Vila Nova de Gaia)
 - Horário: 10h – 12h30 / 14h – 18h (Todos os dias)
- Cruzeiros no Douro em barcos Rabelos – Douro Azul
 - <http://www.douroazul.com/Default.aspx?ID=1235>
 - Localização: Rua Miragaia (Porto)
 - Horário: Inverno - Primeira partida: Cais de Gaia - 10h00 e Última partida: Cais de Gaia - 16h00 Verão - Primeira partida: Cais de Gaia - 10h00 e Última partida: Cais de Gaia - 19h30
 - Preço: 10€

➤ Aventura dos Sentidos

- Fundação Serralves (existe variação de horários consoante os meses)
 - <http://www.serralves.pt/pt/>
 - Localização: Rua D. João de Castro
 - Museu Casa Parque
 - Horário: Seg. Fechado Ter. a Sex. 10h-18h e Sáb. Dom. Fer. 10h- 19h
 - Biblioteca
 - Horário: Seg. a Sáb. 10h-18h e Dom. Fer. Fechado
 - Livraria
 - Horário: Seg. Fechado Ter. a FER.10h – 19h
 - Loja
 - Horário: 10h-19h
 - Casa de Chá
 - Horário: Seg. Fechado Ter. a Sex. 12h-18h Sáb.Dom.Fer. 10h-18h30
 - Restaurante
 - Horário: Seg.a Sex. 12h-18h Sáb. Dom. Fer. 10h-19h
 - Bar Auditório
 - Horário: Seg. a Fer. 10h-19h
 - Preço: Museu (inclui entrada Parque) – 10 € Parque – 5,00 € Parque de Estacionamento – gratuito
 - Tarifário - Exposição "Joan Miró: Materialidade e Metamorfose" (1 out 2016 - 28 jan 2017):
 - Miró (inclui Museu e Parque) - 16€
 - Miró (inclui Parque) - 11€
 - Nas visitas guiadas não se aplica qualquer gratuitidade.
 - Entrada Gratuita
 - 1º domingo de cada mês: 10h00-13h00 (nos restantes domingos aplica-se o tarifário em vigor)
 - Até 12 anos
 - Amigos de Serralves
 - Clientes BPI. (Oferta de um bilhete por titular de conta,

mediante a apresentação de um documento de identificação e cartão de crédito/MB.) (Ofertas válidas mediante a apresentação de um documento de identificação).

- Descontos 50%
 - 13-18 anos
 - Estudantes
 - Cartão-jovem
 - Sêniores (65 anos e mais)
- Visitas de Grupo com Guia
 - Tarifário próprio, necessária marcação prévia.

○ Casa da Música

- <http://www.casadamusica.com/>
- Localização: Avenida da Boavista
- Horário: Visitas guiadas diariamente em pt (11h-16h) e em Inglês (16h).
- Preço: 5€ por pessoa e grátis para crianças até aos 12 anos desde que acompanhadas por um adulto com bilhete.
 - (Comprar bilhete 10min antes do início da visita)
 - (Reservas para os espectáculos podem ser feitas através do número 220 120 220 ou na bilheteira da Casa da Música)

○ Palácio de Cristal (Pavilhão Rosa Mota), Jardins e Biblioteca Municipal Almeida Garrett

- Entrada: Livre
- Horário: Inverno (1out./30mar.): 8h/19h Verão (1abr./30set.): 8h/21h

○ Museu Nacional de Soares dos Reis

- <http://www.museusoaresdosreis.pt/>
- Localização: Rua D. Manuel II (Porto)
- Horário: Ter. a sext. 10h – 13h (entrada até 12h) e 14h – 18h (entrada até 17h) Sáb. Dom. e Fer. 15h – 19h (entrada até 18h)
- Preço: Bilhete Todo o Museu – 7,50€ Exposição Comunicar – 5,00€ Exposição O Automóvel no Espaço e no Tempo – 3,00€ Núcleo

museológico O Motor da República: Os Carros dos Presidentes – 3,00€
Exposição Metamorfose de um Lugar: Museu das Alfândegas – gratuita
(aberta de terça a sexta) Crianças até 6 anos – gratuito (exceto se em visita
de grupo orientada) Condições especiais para Grupos.

- Museu Romântico da Quinta da Macieirinha
 - Localização: Rua de Entre-Quintas (Porto)
 - Horário: Seg-Sáb. 10h-17h30 Dom. 10h-12h30 (últimas admissões 12h)/14h-17h30 (últimas admissões 17h). Encerrado: Feriados
 - Preço: 2,20€ 50% Cartão Jovem . Gratuito: Fim de semana, crianças até aos 14 anos, alunos e professores, > 65 anos, sócios ICOM e APOM. Descontos: PortoCard Gratuito.
- Museu dos Transportes e das Comunicações
 - <http://www.amtc.pt/>
 - Localização: Rua Nova da Alfândega (Porto)
 - Preço: Visita individual (semana e fim de semana)
 - Bilhete Todo o Museu (visita a todas as exposições permanentes) - 7,50€
 - Bilhete exposição "Comunicar" - 5€
 - Bilhete exposição "Automóvel no Espaço e no Tempo" (AET) - 3€
 - Bilhete exposição "O motor da República: os carros dos Presidentes" (MR) - 3€
 - Exposição "Metamorfose de Um Lugar: Museu das Alfândegas" (terça a sexta) - Gratuito (exceto visitas orientadas)
 - Crianças - Até 6 anos (acompanhadas por um adulto), excepto em visitas de grupo orientada - Gratuito
 - Condições especiais para grupos (mínimo 10 pax), estudantes, Portocard e famílias
- Igreja de São Francisco
 - Localização: Rua do Infante Dom Henrique 129 (Porto)
 - Horários: Todos os dias das 9h às 17h30 de novembro a fevereiro, até às 19h de Março a Outubro e até às 20h de julho a setembro

- Preço: 3.50€
- Palácio da Bolsa
 - <http://www.palaciodabolsa.com/>
 - Localização: Rua de Ferreira Borges 44 (Porto)
 - Horários: verão (abril - outubro) 9h – 18h30 (segunda a domingo) inverno (novembro - março) 9h – 12h30 (Segunda a Domingo) 14h00 – 17h30
Visitas guiadas: Português | Espanhol | Inglês | Francês
 - Preço: Bilhete individual: €7,00 Estudante/Sénior: €4,00
(Crianças até aos 12 anos, desde que acompanhadas pelos pais, a entrada é gratuita)
Desconto de 50% para utilizadores do Porto Card
(Fechado ao turismo nos dias 25 de dezembro e 1 de janeiro)
- Sala de Prova de Vinhos de Portugal
 - <http://viniportugal.pt/SalasOgivaais>
 - Localização: Palácio da Bolsa
 - Horário: 1 jan - 28 fev ter-sab 14h-19h; 1 mar - 13 jul ter-sab 11h-19h; 14 jul - 14 set seg-sab 11h-19h; 15 set - 31 dez ter-sab 11h-19h
 - Preço: Desde 0.50 cent a 2€
- Ribeira do Porto
 - Localização: Praça da Ribeira
 - Preço: Gratuito
- Cais de Gaia
 - Localização: Av. Ramos Pinto (Cais de Gaia)
 - Preço: Gratuito
- Castelo do Queijo (Forte de S. Francisco Xavier)
 - Localização: Praça de Gonçalves Zarco (Porto)
 - Horário: Inverno ter-dom 13:00-17:00 verão ter-dom 13:00-18:00
encerrado: seg.

- Margem do Rio Douro e Praias da Foz
 - Localização: Foz
 - Preço: Gratuito
- Teatro Municipal Rivoli e Campo Alegre
 - Localização: Praça D. João I
 - <http://www.teatromunicipaldoporto.pt/PT/>
- Museu do carro elétrico
 - <http://www.museudocarroelectrico.pt/default.aspx>
 - Localização: Alameda Basílio Teles (Porto)
 - Horário: Seg. das 14h às 18h; Ter. a Dom. das 10h às 18h. Última admissão 30 min. antes da hora de fecho do Museu. Encerrado: 24 de dezembro da parte da tarde, 25 de dezembro e 1 de janeiro todo o dia.
 - Preço: Público em geral: Adulto: 8.00€
 - Crianças até aos 6 anos: Gratuito
 - Jovens dos 6 aos 25 anos, Seniores (65+): 4,00€
 - C/ Assinaturas Andante ou STCP: 3,20€
 - C/ Título de CE 24 horas válido, Porto Card ou Porto 3 em 1, : 4,00€
 - C/ Título de CE 24 horas criança válido: 2,00€
 - C/ Título de Bordo adulto: 5,60€
 - C/ Título de Bordo criança: 2,80€
 - Famílias (pais e filhos ou avós e netos): Adulto: 5,00€ Jovens dos 6 aos 25 anos: 4,00€
 - Oferta de 1 bilhete por cada 2 jovens (até 25 anos)
 - Grupos (Mínimo de 10 pax): Adulto: 6,00€ Jovens dos 6 aos 25 anos, Seniores (65+): 3,00€
 - Suplemento de Visitas Guiadas:
 - Visita guiada: 2,00€/pessoa
 - Áudio-guias: 1,00€/pessoa (Em horário sob consulta e/ou reserva e com número mínimo de 10 pessoas).
 - Grupos Escolares: Consulte Serviços Educativos;

- Pavilhão da Água
 - <http://www.pavilhaodaagua.com/>
 - Localização: Parque da Cidade do Porto
 - Horário:
 - Preço: Pré-escolar e 1º ciclo - 1,60€ A partir do 2º ciclo - 2,10€
Professor/acompanhante (extra) - 2,10€
 - Laboratórios Hands-On
 - Pré-escolar e 1º ciclo - 2,00€ A partir do 2º ciclo - 2,50€
 - Professor/acompanhante (extra) - 2,10€
 - Notas:
 - Dois professores gratuitos por sessão.
 - Para obter estas condições o grupo deve ser no mínimo de 10 pessoas.
 - O pagamento deve ser feito na bilheteira, no dia da visita.
- SEA Life Porto
 - <https://www.visitsealife.com/porto/>
 - Localização: Praça de Gonçalves Zarco (Porto)
 - Preço: Bilhetes variam entre os €13 por adulto e €9 para as crianças (se comprar online fica mais barato) e as visitas decorrem todos os dias.
- Paços do Concelho
 - http://www.cm-porto.pt/autarquia/edificio_5
 - Localização: Praça do General Humberto Delgado (Porto)
 - Horário: Primeiro domingo de cada mês-11h15. Necessária inscrição prévia (+351 222 090 400).
 - Preço: 2.10€
- Igreja dos Carmelitas
 - <http://www.portopatrimoniomundial.com/-igreja-dos-carmelitas.html>
 - Localização: Rua do Carmo (Porto)
 - Horário: Seg. a Sex. 7h30-19h Sáb., Dom e Fer. Religiosos 9h-18h45

- Preço: Gratuito
- Planetário do Porto – Centro de Ciência Viva
 - <http://planetario.up.pt/visita/>
 - Localização: Rua das Estrelas (Porto)
 - Horário: Aberto das 9h30 às 18h00 em dias úteis e das 15h00 às 18h00 aos fins de semana e feriados. Fechado a 24, 25 e 31 de dezembro de 2016 e a 1 de janeiro e 16 de abril de 2017.
 - Preço: Adulto - 5,00€ Sênior (Idade igual ou superior a 65 anos) - 3,50€ Criança/Jovem (6 aos 17 anos) - 3,50€ Criança (3 aos 5 anos) - 3,00€ Criança (Até aos 2 anos) – Gratuito Família (até dois adultos com filhos até aos 17 anos) - 12,00€
- Fundação Cupertino de Miranda
 - <http://www.fcm.org.pt/>
 - Localização: Avenida Boavista
 - Horário: FACM - 2ª a 6ª feira: 9:30-13:00 e 14:30-18:30 Museu - 2ª a 6ª feira: 10:00 às 12:30 e 15:00 às 18:00
 - Preço: 3€
- Estádio do Dragão
 - Localização: (Antas)
 - Horário: Tour Estádio (duração 45 minutos). As visitas guiadas ao Estádio realizam-se nos seguintes horários: 11h00; 12h00; 15h00; 16h00. Museu Fecha às Seg. de manhã.
 - Notas: - Os visitantes deverão dirigir-se ao Museu FC Porto, no Estádio do Dragão, 15 minutos antes da hora marcada. - Por motivos de organização o Tour ao Estádio poderá variar o seu percurso e horário, sendo o visitante previamente informado.
 - Preço: http://www.fcporto.pt/pt/museu/Pages/tabela-de-precos.aspx#ancora_topo
- Coliseu do Porto

<ul style="list-style-type: none"> ○ http://www.coliseu.pt/ ○ Localização: Rua Passos Manuel (Porto) ○ Horário da Bilheteira: seg. a sáb. das 13h às 20h30
<ul style="list-style-type: none"> ○ Museu Militar do Porto <ul style="list-style-type: none"> ○ http://www.exercito.pt/pt ○ Localização: Rua do Heroísmo (Porto) ○ Horário: Ter. a Sex. 10h-12h30/14h-17h Sáb. 14h-17h Dom. e Fer. 10h-12h30/14h-17h. Fechado: (Seg., 25 dez, 1 jan, domingo de Páscoa, 1 maio). ○ Preço: Adulto 3€, Criança 7 aos 17 anos e Sénior 1€, Família 3,50€-6,00€ Grátis: 1º domingo de cada mês.Descontos: PortoCard 50% desconto.
Coimbra
<p>(App Coimbra Mobile - JiTT Coimbra (app store))</p> <p>Rota dos Monumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Aqueduto de S. Sebastião <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Calçada Martim de Freitas, Coimbra ○ Autocarro: 103, 5, 11, 24, 34 ○ Arco de Almedina <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Rua Ferreira Borges, Coimbra ○ Autocarro: Linha Azul ○ Torre de Anto <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Rua de Sub-Ripas, Coimbra ○ Autocarro: Linha Azul ○ Torre de Almedina <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Rua do Arco Almedina ○ Contacto: 239 833 771 ○ Seminário Maior <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Rua Vandelli, Coimbra

- **Visitas com marcação prévia Autocarro:** 5, 11, 24, 103
- **Contacto:** 239 792 340

- **Pátio da Inquisição**
 - **Localização:** Centro de Artes Visuais (CAV)
 - **Autocarro:** 1A, 2A, 2T, 2F, 4, 5, 6, 7T, 10, 24, 25, 25T, 27, 28, 29; 30, 30T, 103

- **Palácio de Sub-Ripas**
 - **Localização:** Rua de Sub-Ripas, Coimbra
 - **Contacto:** E-mail: iarq@ci.uc.pt
 - **Autocarro:** Linha Azul

- **Mosteiro de Santa Clara-a-Nova**
 - **Localização:** Igreja da Rainha Santa Isabel - Alto de Santa Clara, Coimbra
 - **Contacto:** 239 441 674 Para marcações de visitas: +351 239 441 674
 - **Horário das visitas:**
 - Inverno – de 2ª a 6ª feira: 9h00 – 18h45; domingos, sábados e feriados: 9h00 – 18h00
 - Verão – de 2ª a sábado: 8h30 – 19h00; domingos e feriados: 9h00 – 19h00
 - **Horário das celebrações litúrgicas:**
 - 3ª, 5ª e 6ª feira – 18h00
 - Sábado – 16h30
 - Domingo – 11h00
 - **Preços:**
 - **Igreja + claustro + miradouro** – 2,00 € (grupos: 1,50 €)
 - **Exposição + claustro + miradouro** – 2,00 € (grupos: 1,50 €)
 - **Visita total (igreja/coro baixo/ exposição/claustro/miradouro)** – 5,00 € (grupos: 4,00 €)
 - **Visitas guiadas*:** 10,00 €, em acréscimo ao bilhete de entrada, independentemente do número de visitantes
 - **Visita de grupos:** número superior a 15 pessoas
 - ***As visitas guiadas devem ser agendadas com antecedência.**

- **Autocarro:** 6, 14, 14T, 20, 31

- **Mosteiro de Santa Clara-a-Velha**
 - **Localização:** Rua das Parreiras – Santa Clara
 - **Contacto:** 239 801 160
 - **Visitas guiadas e temáticas** – por marcação prévia
 - Percurso de visita adequado a deficientes motores e invisuais
 - Loja com artigos exclusivos e cafetaria (refeições e doçaria conventual) com esplanada.
 - **Horário** (entrada até 45 m. antes da hora de encerramento)
 - **Maio a setembro** | 10h-19h
 - **Outubro a abril** | 10h-18h (especial abril aos fins-de-semana até 19h)
 - **Encerra** 2ª, 1 de janeiro, domingo de Páscoa, 1 de maio e 25 de dezembro
 - **Bilhete** – 4,00 €
 - **Desconto para estudantes e seniores** – 2 €
 - **Até aos 12 anos e 1º domingo de cada mês** – gratuito
 - **Autocarro:** 6, 14, 14 T, 20, 31

- **Mosteiro de Celas**
 - **Localização:** Largo do Mosteiro de Celas
 - **Contacto:** 239 484 058 / 239 711 992
 - **2ª a Sáb.: 15h-18h**
 - **Encerra** domingos e feriados
 - **Preços:** Geral: € 1 Até aos 12 anos e >65 anos: gratuito
 - **Autocarro:** 6, 7, 7T, 29

- **Convento de São Francisco**
 - **Localização:** Avenida da Guarda Inglesa
 - **Contactos:**
 - Geral – 239 857 190
 - Balcão de Acolhimento/Bilheteira – 239 857 191 (entre as 15h00 e as 20h00)
 - Email: geral@coimbraconvento.pt

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acompanhe a programação do Convento São Francisco em: Agenda Convento São Francisco ▪ Bilhetes para os espetáculos à venda em: Bilheteira Online
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ponte Pedro e Inês <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Liga as margens direita e esquerda do Rio Mondego
	Rota do Património Religioso
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Fonte Nova – Fonte dos Judeus <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Rua Olímpio Nicolau Rui Fernandes ○ Autocarro: 2A, 2T, 2F, 4, 5, 6, 7T, 10, 24, 25, 25T, 27, 28, 29, 30, 30T, 103
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Carmelo de Santa Teresa <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Rua Santa Teresa, 16 ○ Contacto: 239 717 844 email: coimbra@carmelitas.pt ○ Horário: 2ª a Dom.: 9h00 – 12h00/15h00 – 19h00 ○ Preço: Entrada gratuita ○ Horário da Eucaristia no Carmelo de Santa Teresa: De 2ª feira a sábado – 8h00 Domingos e dias santos – 8h30 ○ Primeiros sábados de cada mês: <ul style="list-style-type: none"> 10h00 – Confissões 11h15 – Terço 12h00 – Eucaristia ○ Nota: Para visitas é necessário tocar à campainha ○ Autocarro: 4, 6, 33, 37, 42
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Igreja de Nossa Senhora do Carmo <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Rua da Sofia, 114, Coimbra ○ Contacto: 239 822 938 ○ Horário: 3ª a 6ª feira 10h-12h / 15h-18h (visitas) ○ Fins de semana e feriados 15h-18h (visitas) ○ 3ª a domingo 16h-18h (horário de culto) ○ Nota: encerrada devido a obras de restauro. ○ Autocarro: 2A, 2T, 2F, 4, 5, 6, 7T, 10, 24, 25, 25T, 27, 28, 29, 30, 30T, 103

- **Igreja de Santa Cruz – Panteão Nacional**

- **Localização:** Praça 8 de Maio - 3000-300 Coimbra

- **Contacto:** 239 822 941

- **Horário:**

2ª a 6ª: 9h00 – 17h00

Sáb.: 9h00-12h00 / 14h00-17h00

Dom. e feriados religiosos: 16h-17h30

Durante o período de horário de inverno, (último domingo de outubro ao último domingo de março): domingos e feriados religiosos: 16h00-17h00.

Feriados civis: aberto só no período da manhã

- **Preços:**

Entrada gratuita na Igreja e (Capela Mor (Túmulos Reais))

Para visita à Sacristia, Sala do Capítulo, Claustro e Exposição:

Bilhete normal: € 2,50

> de 65 anos e estudantes: € 1,50

Escolas – gratuito (mediante marcação prévia)

- **Autocarro:** 5, 6, 7, 7T, 11, 24, 29, 103, Linha Azul

- **Igreja de Santa Justa**

- **Localização:** Bairro Sta. Justa, 12 - 3000-356 Coimbra

- **Contacto:** 239 822 941

- **Autocarro:** 2A, 2T, 2F, 4,5, 6, 7T,10, 24, 25, 25T, 27, 28, 29; 30, 30T, 103

- **Igreja de Santo António dos Olivais**

- **Localização:** Largo Padre Estrela Ferraz - 3000-083 Coimbra

- **Contacto:** 239 711 992

- **Todos os dias:** 8h-19h

- **Entrada gratuita**

- **Autocarro:** 4, 7, 7T, 16, 16G, 37

- **Igreja de São Bartolomeu**

- **Localização:** Rua dos Esteiros, 1

- **Contacto:** 239 825 154

- **Horário:**

2ª a Sáb.: 8h00 – 12h00 / 14h00 – 17h00

Dom.: 8h00 – 12h00

- **Autocarro:** Linha Azul, 42

- **Igreja de S. Tiago**

- **Localização:** Praça do Comércio - 3000 Coimbra

- **Contacto:** 969 209 895

- **Horário:** 8h00/20h00

- Entrada livre

- **Autocarro:** Linha Azul

- **Igreja do Colégio de São Pedro**

- **Localização:** Rua da Sofia, Coimbra

- **Nota** – Encerrado ao público

- **Autocarro:** 2A, 2T, 2F, 4,5, 6, 7T,10, 24, 25, 25T, 27, 28, 29; 30, 30T, 103

- **Igreja do Salvador**

- **Localização:** Largo de S. Salvador, Coimbra

- **Contacto:** 239 823 138 (Sé Nova)

- **Autocarro:** 34, 103

- **Sé Velha**

- **Localização:** Largo Sé Velha

- **Contacto:** 239 825 273

- **Segunda a sábado:** 10h00-18h00

- **Domingos e feriados:** 13h00-18h00

- **Igreja e Claustro** – 2,50€ / grupos: 2,00€

- **Para efectuar marcação de visita contactar pelo e-mail:**
igrejasevelha@gmail.com

- **Nota:** Todas as visitas estarão condicionadas durante os Actos de Culto.
- **Autocarro:** Linha Azul

- **Sé Nova**

- <http://senova.do.sapo.pt/>
- **Localização:** Largo Feira dos Estudantes
- **Contacto:** 239 823 138
- **Horário:** Segunda a Sábado: 9h00-18h30 Domingo: 10h00-12h30
- **Preço:** Igreja, Sacristia – €1
- **Autocarro:** 34, 103

Rota Universitária

- **Universidade de Coimbra**

- **Localização:** Largo Porta Férrea, Universidade de Coimbra
- **Contacto:** Telf. +351 239 859 884 E-mail - reservas@uc.pt
- **Horários:**
- **1 de novembro a 15 de março**
- **Loja:** 9h00-12h45 / 11h45-17h00
- **Circuito Turístico:** 9h30-13h00 / 14h00-17h30
- **Biblioteca Joanina, últimas entradas:** Manhã: 12h40 | Tarde: 16h40.
- **16 de março a 31 de outubro**
- **Loja:** 8h30 às 19h00
- **Circuito Turístico:** 9h00-19h30
- **Torre da Universidade:** 10h00 às 18h00 (entre 16 de março e 31 de outubro)
- **Datas de Encerramento:**
- **20 de janeiro (manhã); 8 de maio encerra às 13h00 (cortejo da Queima das Fitas); 24 e 25 de dezembro; 31 de dezembro encerra às 16h00; 1 de janeiro de 2017.**
- **Locais de visita:**

- – Biblioteca Joanina
- – Prisão Medieval e Académica
- – Sala de Armas*
- – Sala dos Capelos*
- – Sala do Exame Privado*
- – Capela de S. Miguel
- – Torre da Universidade
- ***Visita condicionada à ocupação da Sala**

- **PREÇOS**
- **Programa 1: Paço das Escolas**
 - Este programa inclui a visita ao Paço Real (Sala dos Capelos, Sala do Exame Privado e Sala das Armas), Capela de São Miguel e Biblioteca Joanina (Piso Nobre, Piso Intermédio e Prisão Académica).
- **Programa 2: Coimbra Património Mundial**
 - Este programa envolve a visita ao Paço Real e ao Colégio de Jesus, que inclui a Galeria de Física (Sécs. XVIII e XIX) e Galeria de Zoologia (Séc. XVIII).
- **Programa 3: Do Paço ao Colégio**
 - Visita alargada aos espaços da Universidade de Coimbra, Património Mundial da Humanidade, seguindo os passos dos Programas 1 e 2.
 - Museu da Ciência
 - Engloba a visita aos espaços do Laboratório Químico e Colégio de Jesus

- **Bilhete Família**
- **Adultos:** preço normal; **Crianças =<12anos:** Grátis; **Jovens 13 – 18 anos:** 50% do bilhete normal
- **Visita Livre**
- **Programa 1 – Paço das Escolas:** Bilhete normal 9€ | Estudantes <26 /Seniores 7€

- **Programa 2** – Coimbra Património Mundial: Bilhete normal 7€ | Estudantes <26 /Seniores 5,5€
- **Programa 3 (1+2)** – Do Paço ao Colégio: Bilhete normal 12€ | Estudantes <26 /Seniores 9€
- **Museu da Ciência:** Bilhete normal: Bilhete normal 5€ | Estudantes <26 /Seniores 3,50€
- **Torre da Universidade:** Bilhete normal 2€ | Estudantes <26 /Seniores 2€
- **Torre da Universidade + Programa:** Bilhete normal +1€ | Estudantes <26 /Seniores +1€
- **Aluguer Audioguias:** 3€

- **Visitas Guiadas**
- **Programa 1 – Paço das Escolas:** Bilhete normal 15€ | Estudante <26 10€
- **Programa 2 – Coimbra Património Mundial:** Bilhete normal 12,5€ | Estudante <26 8,5€
- **Programa 3 (1+2) – Do Paço ao Colégio:** Bilhete normal 20€ | Estudante <26 15€
- **UC by night – Paço das Escolas:** Bilhete normal 15€ | Estudante <26 10€
- **Grupos acima de 10 pax***
- **Obrigatório o uso de rádio-guias e acompanhamento por guia***

- **Visita acompanhada e rádio-guias**
- **Programa 1 – Paço das Escolas:** Bilhete Normal 8€
- **Programa 2 – Coimbra Património Mundial:** Bilhete Normal 6€
- **Programa 3 (1+2) – Do Paço ao Colégio:** Bilhete Normal 10€

- **Visita guiada e rádio-guias**
- **Programa 1 – Paço das Escolas:** Bilhete Normal 12€
- **Programa 2 – Coimbra Património Mundial:** Bilhete Normal 8,5€
- **Programa 3 (1+2) – Do Paço ao Colégio:** Bilhete Normal 15€
- *** NOTA IMPORTANTE:** A partir de 1 de abril de 2016, entrará em vigor a obrigatoriedade de acompanhamento durante a visita e a utilização de

rádio-guias para grupos de visitantes com 10 ou mais pessoas. Estes equipamentos poderão ser alugados na Loja do Turismo UC – o custo encontra-se reflectido nos valores apresentados. Sugere-se, no entanto, a reserva antecipada dos equipamentos.

- **Autocarro:** 1A, 34, 103

- **Colégio de Santo Agostinho**

Atuais instalações da Faculdade de Ciências e Psicologia da Universidade de Coimbra.

Nota – Visitas apenas ao Claustro

- **Localização:** Rua do Colégio Novo
- **Autocarro:** Linha Azul

- **Colégio de S. Tomás**

- **Localização:** Coimbra, 150, Rua Sofia, 3000-389
- **Horário:** Sex. Manhã visitas guiadas
- **Nota:** visitas diárias apenas aos claustros
- Visitas guiadas às sextas-feiras, de manhã.
- **Mínimo:** cinco pessoas.
- **Reservas:** antonio.s.lettra@tribunais.org.pt
- **Autocarro:** 2T; 2F; 4; 5, 6, 7T; 10; 19, 24; 25; 25T; 27; 28; 30; 30T; 103

Rota dos Museus

- **Museu Nacional de Agricultura (Encerrado para obras)**

- **Localização:** Bencanta - S. Martinho do Bispo - Coimbra
- **Contacto:** 239 802 940
- **Horário:** 2ª a 6ª 9h-12h30/14h-17h30 (com marcação prévia)

- **Memorial da Irmã Lúcia**

- <http://coimbra.carmelitas.pt/>
- **Localização:** Av. Dr. Marnoco e Sousa, 54 Coimbra
- **Contacto:** 239 781 638
- **Autocarro:** 4, 6, 103

- **Horário:** 3ª a 6ª: 10h-12h/15h-18h Sáb., Dom. e Feriado: 15h-18h

Nota: de 1 de Novembro a 1 de Abril, o horário da tarde é das 14h às 17h.

- **Encerra:** 2ª, dia de Páscoa e dia de Natal

- **Preço:**

- **Bilhete normal / Grupos e escolas – € 1**

- **Museu Santa Casa da Misericórdia**

- **Localização:** Rua de Sobre Ribas, 49 Coimbra

- **Contacto:** 239 823 403

- **Autocarro:** Linha Azul

- **Horário:** 2ª a 6ª 10h-12h30/ 14h-17h

- **Encerra:** sábado/domingo/feriados

- **Preço:** 2€

Núcleo da Guitarra e do Fado de Coimbra

- **Localização:** Rua de Sobre Ribas

- **Horário:** 3ª a sábado 10h00-13h00/14h00-18h00

Encerra às 2ª feiras domingos e feriados

- **Museu Municipal – Edifício Chiado**

- **Localização:** Rua Ferreira Borges, 85

- **Horário:**

- 3ª a 6ª: 10h-18h

- Sáb. e dom.: 10h-13h/14h-18h

- Encerra 2ª e Feriado

- **Preços:**

- Coleção Telo de Moraes | Edifício Chiado: Entrada Geral: 1,80€ | Estudantes; Portadores de Cartão-jovem;> 60: 1,20€

- Exposições Torre de Almedina: Entrada Geral: 1,80€ | Estudantes; Portadores de Cartão-jovem;> 60: 1,20€

- Entrada Livre: 4º Sábado de cada mês, Grupos com marcação prévia.

- **Serviço Educativo:** marcação prévia

- **Contacto:** 239 840 754 **Email:** chiado@cm-coimbra.pt

<ul style="list-style-type: none"> ○ Autocarro: Linha Azul
<ul style="list-style-type: none"> ○ Centro de Estudos de Santo António <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Av. Dias da Silva, 130, Coimbra ○ Contacto: 239 790 900 ○ Horário: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2ª, 3ª e 4ª: 09h30 às 12h00 / 14h às 18h ▪ 5ª e 6ª: 14h-18h ▪ Sáb.: mediante reserva para grupos a partir de 10 pessoas ▪ Encerra Dom. e Feriados ▪ Entrada gratuita ○ Autocarro: 7, 7T, 103
<ul style="list-style-type: none"> ○ Casa-Museu Miguel Torga <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Praceta Fernando Pessoa, Coimbra ○ Horário: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2ª a 6ª: 14h30 – 18h00 ▪ Sábado: mediante reserva prévia para grupos ≥ 10 pax ▪ Encerra Dom. e Feriado ○ Preços: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Geral: € 1,70 ▪ Grupos ≥ 10 pax: € 1 ▪ Escolas (do concelho de Coimbra): Gratuito ○ Marcação de visitas: Casa da Cultura – 239 702 630 ○ Nota: Roteiro Miguel Torga mediante marcação prévia ○ Autocarro: 4, 103
<ul style="list-style-type: none"> ○ Museu Académico <ul style="list-style-type: none"> ○ Localização: Coimbra, Largo D. Dinis - Apartado 3097 ○ Horário: 2ª a 6ª: 10h-12h30/14h-17h <p>Encerra Sáb., Dom. e Feriado</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Preços: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Adultos: € 1

- Estudantes, Cartão Jovem e > 65 anos: € 0,50
- Até 13 anos, Estudantes e Professores da UC, Grupos escolares com marcação prévia: gratuito
- Autocarro: 34, 103
- Contacto: 239 857 000
- **Museu Nacional de Machado de Castro**
 - <http://www.museummachadocastro.pt/>
 - **Localização:** Coimbra, Largo Dr. José Rodrigues
 - **Horários:** Aberto ao público de terça-feira a domingo, encerrando à segunda-feira, e nos feriados de 1 de janeiro, domingo de Páscoa, 1 de maio e 25 de dezembro, com os seguintes horários de abertura:
 - Outubro a março – das 10h00 às 13h00 e das 14h00 às 18h00
 - Abril a setembro – das 10h00 às 19h00 / 3ª feiras: 14h00-18h00
 - **Preços:**
 - Visita ao Museu: 6€
 - Circuito Criptopórtico: 3€
 - Visita com audioguia: 7,50€
 - Circuitos temáticos: 3€
 - **Isenções:**
 - 1.º Domingo de cada mês para visitas individuais ou grupos até 12 pessoas, inclusive
 - Crianças até aos 12 anos, inclusive;
 - Visitantes em situação de desemprego residentes na União Europeia;
 - Investigadores, conservadores, restauradores, profissionais de museologia e/ou património em exercício de funções;
 - Membros do ICOM, ICOMOS e APOM;
 - Jornalistas em exercício de funções, mediante comunicação prévia;
 - Professores e alunos de qualquer grau de ensino, incluindo Universidades Sénior ou de 3.ª Idade, quando comprovadamente em visita de estudo e mediante marcação prévia confirmada pela Direção do Palácio, Museu ou Monumento;

- Grupos credenciados de Instituições Portuguesas de Solidariedade Social ou de Áreas de Ação Social de Autarquias ou outras Instituições de Interesse Público mediante autorização prévia da Direção da DGPC;
- Membros de Associações Culturais ;
- Voluntários em exercício na DGPC e 1 acompanhante ;
- Visitantes com mobilidade reduzida e 1 acompanhante.

○ **Descontos**

- Visitantes com idade igual ou superior a 65 anos – 50% ;
- Cartão de Estudante – 50% ;
- Cartão Jovem – 50% ;
- Família Numerosa (2 Adultos + filhos) – 50% ;
- Bilhete Família (a partir de 4 elementos com ascendência e descendência em linha reta, ou equivalente, comprovado legalmente) – 50%;
- Aquisições superiores a 250 bilhetes por tipologia e com antecipação mínima de 48h – 7,5%
- Aquisições superiores a 500 bilhetes por tipologia e com antecipação mínima de 48h – 10%
- Aquisições superiores a 1000 bilhetes por tipologia e com antecipação mínima de 48h – 15%
- Protocolos com entidades terceiras – 20%

○ **Regras Gerais aplicáveis a todas as visitas**

- a) **É obrigatória marcação prévia para grupos superiores a 50 pessoas**
- b) **Os descontos de quantidade não se aplicam a Bilhetes-Circuito**
- c) **Todos os descontos aplicados a bilhetes individuais são aplicáveis a Bilhetes-Circuito e a Visitas Guiadas, com exceção das Visitas Guiadas Fora do Horário de Funcionamento**
- d) **É proibido fumar ou comer em qualquer local do circuito de visita**

- e) Os vouchers emitidos na aquisição antecipada de bilhetes têm a validade de 1 ano
 - f) Os descontos não são acumuláveis
 - **Contacto**
 - T. 239 853 070
 - E-mail. mnmachadodecastro@imc-ip.pt
 - **Museu da Ciência**
 - <http://www.museudaciencia.org/>
 - **Localização:** Largo Marquês de Pombal, Universidade de Coimbra
 - **Horário:** Na exposição permanente “As plantas e nós” descobre-se que, para além das usadas na alimentação, as plantas marcam presença constante no nosso dia-a-dia. 3ª a 6ª | 10h-18h
 - **Preço:**
 - Visita: 2,00€ p/ pessoa
- (visitas condicionadas a marcação prévia e a grupos com um mínimo de 20 participantes)
- **Laboratório Químico:** Terça-feira a Domingo – 10h00/18h00
 - **INGRESSOS**
 - 4,00 € | Geral
 - 3,00 € | Grupos ≥ 15 pessoas
 - 2,00 € | Estudantes; professores; cartao jovem; ≥ 65 anos
 - 9,00 € | Famílias
 - Gratis: Docentes, alunos e funcionarios da UC; ≤ 5 anos; socios do ICOM, APOM e MC2 P
 - Visitas de grupo acompanhadas e ateliers pedagógicos mediante marcacao previa
 - **Autocarro: 34, 103**
 - **Casa-Museu Bissaya Barreto**
 - **Localização:** Rua da Infancia, 23 / Arcos do Jardim , Coimbra
 - **Contactos:** 239 853 800 E-mail: casamuseu@fbb.pt
 - **Maio a outubro**
 - Terça a sexta-feira: 11H00 -13H00 ; 15H00 – 18H00

- sábados e domingos: 15H00 – 18H00
- **Novembro a abril**
 - Terça a sexta-feira: 11H00 – 13H00 ; 15H00 – 18H00
 - Encerra à segunda-feira e dias feriados.
- **Preços:**
 - Geral – 2,50 €
 - Estudantes – 1,75 €
 - Crianças e > 65 anos – 1,25 €
- Centro de Documentação Bissaya Barreto:
 - 3ª a 5ª | 14h-17h30
- **Autocarro:** 4, 6

- **Museu da Água**
 - **Localização:** Parque Dr. Manuel Braga, Coimbra
 - **Horário:** 3ª a Dom. e Feriado: 10h-13h/14h-18h
 - Encerra à 2.ª, Natal e Ano Novo
 - **Entrada gratuita**
 - **Autocarro:** 10, 11T, 24T, 33, 41

- **Museu Municipal – Núcleo da Cidade Muralhada**
 - **Localização:** Portugal, Coimbra, Pátio do Castilho
 - **Horário - Outubro a Março:**
 - 3ª a Sáb.: 10h-13h/14h-18h
 - Encerra Dom., 2ª e Feriado
 - **Preços:**
 - Geral: € 1,70
 - > 60 anos e Estudantes: € 1,08
 - Até 12 anos: gratuito
 - **Autocarro:** 42, Linha Azul

- **Exposição: Formas de Saudade em exposição escultura**
 - **Localização:** Rua Pedro Monteiro – Coimbra

- **Centro de Artes Visuais (CAV)**
 - <http://cav-ef.net/index.html>
 - **Localização:** Coimbra, Pátio Inquisição, 10
 - **Horário:** Ter. a Dom. 14h-19h
 - **Contacto:** info@cav-ef.net
- **Casa da Escrita**
 - **Localização:** Rua Dr. João Jacinto, nº 8, Coimbra
 - **Contacto:** 239 853 590
 - **Horário de funcionamento:**
 - De 2ª a 6ª feira: 09h30 – 12h30 / 14h00 – 18h00

Rota Verde

- **Reserva Natural do Paul Arzila**
 - **Localização:** Coimbra, Centro de Interpretação - Rua do Bairro 1
 - **Horário:** 9h-12h30/14h-17h30
 - **Contacto:** 239 980 500
 - **Autocarro 21**
- **Jardim da Casa do Sal**
 - **Localização:** Praça Água de Maias, Coimbra
 - **Autocarro:** 2, 5, 14, 27, 29
- **Jardim Sá da Bandeira**
 - **Localização:** Coimbra, Av. Sá da Bandeira
 - **Autocarro:** 1A, 5, 7, 11, 24, 29
- **Parque Linear do Vale das Flores**
 - **Localização:** Coimbra, Rua Augusto Marques Bom
 - **Autocarro:** 11, 24, 33, 37, 41
- **Jardins da Quinta das Lágrimas**
 - **Localização:** Coimbra, Hotel Quinta das Lágrimas - Rua António Augusto Gonçalves
 - **Horário de Verão:**

- 16 de Março a 15 de Outubro
- de terça a domingo, das 10h00 às 19h00
- **Horário de Inverno:**
 - 16 de Outubro a 15 de Março
 - de Terça a Domingo, das 10h00 às 17h00
- **Preço:**
 - Bilhete geral – 2,50 euros
 - < de 15 anos e > de 65 anos – 1,00 euros
 - Bilhete de Família (4 pessoas) – 5,00 euros
 - Visita Guiada (Marcação Prévia) – 5,00 euros
 - Condições Especiais para Escolas
 - Informações e reservas: Cláudia do Vale claudvale@gmail.com
- **Contacto:** 918 108 232
- Autocarro: 18
- **Parque de Santa Cruz**
 - **Localização:** Praça da República
 - **Autocarro:** 1A, 1F, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 24, 29
- **Jardim Botânico**
 - <http://www.uc.pt/jardimbotanico>
 - **Localização:** Calçada Martim de Freitas, 3001-455 Coimbra
 - **Jardim:** Entrada gratuita
 - **O Jardim encontra-se aberto todos os dias da semana:**
 - **HORÁRIO DE INVERNO** – 1 de Outubro a 31 de Março
 - 9h00 – 17h30
 - **HORÁRIO DE VERÃO** – 1 de Abril a 30 de Setembro
 - 9h00 – 20h
 - **Estufas:** Mediante marcação prévia (6 a 25 paxs)
 - **Autocarro:** 1A, 11, 24, 103
 - **Contacto:** 239 855 233/ 239 855 215; email: jardim.botanico@uc.pt
- **Lapa dos Esteios**

- **Localização:** Coimbra, Quinta das Canas, Lajes
- **Horário:** Todos os dias 9h-17h30
- **Nota:** Grupos de visitantes deverão solicitar visita com antecedência
- **Autocarro:** 23

- **Jardim da Manga**
 - **Localização:** Coimbra, Rua Olímpio Nicolau Rui Fernandes
 - **Autocarro:** 1A, 5, 7, 11, 24, 29, Linha Azul

- **Parque Manuel Braga**
 - **Localização:** Av. Emídio Navarro, Coimbra
 - **Autocarro:** 5F, 7T, 10, 11, 24T, 33, 38, 41

- **Penedo da Saudade**
 - **Localização:** Av. Marnoco e Sousa, Coimbra

- **Mata Nacional de Vale de Canas**
 - **Localização:** Coimbra, 3, Rua Vale de Canas, Tóvim, 3030-277, 3030
 - **Horário dos Serviços Administrativos (ICNB):** 9h00 – 12h30/14h00 – 17h30
 - **Autocarro:** 16, 16G
 - **Contacto:** 239 401 526 Email: rnpa@icnf.pt

- **Mata Nacional de Choupal**
 - **Localização:** Portugal, Coimbra, EN111-1, 3000
 - **Horário Serviços Administrativos (ICNB):** 9h00 – 12h30/14h00 – 17h30
 - **Autocarro:** 5, 14, 25, 28, 29, 30, 35, 36, 39
 - **Contacto:** 239 499 020 Email: rnpa@icnf.pt

- **Parque Verde do Mondego**
 - **Localização:** Coimbra, 66, Avenida Emídio Navarro, 3000-150
 - **Aluguer de Karts a Pedais**
 - Margem direita do Rio Mondego

- Fevereiro, Março e Novembro: todos os fins-de-semana e feriados, das 10h às 18h
- Abril a Setembro: todos os fins-de-semana e feriados, das 10h às 20h
- 15 de Junho a 15 de Setembro: também nos dias úteis, das 15h às 20h
- Organização: Caminhos d'Água
- Preços:
 - Aluguer 30 min.
 - Truggy (crianças): € 2
 - Kart: € 3
 - Sidecar (2 pessoas): 5 €
- **Aluguer de Gaivotas**
 - Margem direita do Rio Mondego
- Fevereiro, Março e Novembro: todos os fins-de-semana e feriados, das 10h às 17h
- Abril a Setembro: todos os fins-de-semana e feriados, das 10h às 19h
- Aluguer 30 min.
 - 2 Pessoas: 4€
- **Aluguer de Canoas**
 - Margem direita do Rio Mondego – Centro Náutico
- Novembro a Fevereiro: todos os dias, das 10h às 17h
- Março a Outubro: todos os dias, das 10h às 19h
- Preços:
 - Por Pessoa: 1 hora – € 5
 - Manhã ou tarde – € 10
 - Todo o dia – € 15
- Nota: Actividades com funcionamento sujeito a condições meteorológicas favoráveis
- **Autocarro:** 11, 24, 33, 37, 41
- **Contactos:** Email - pymondego@gmail.com

Espectáculos e outros

- **Portugal dos Pequeninos**

- **Localização:** Rossio de Santa Clara, 3040-256 Coimbra
- **Contactos:** 239 801 170
- **Horário:**
 - De 1 de janeiro a 28/29 de fevereiro e de 16 de outubro a 31 de dezembro: 10h00-17h00
 - De 1 de março a 31 de maio e de 16 de setembro a 15 de outubro: 10h00-19h00
 - De 1 de junho a 15 de setembro: 9h00-20h00
 - Encerrado no dia 25 de Dezembro
 - **Nota:** Bilheteiras encerram 30 min. antes do fecho
- **Preço**
 - Crianças até aos 2 anos: grátis
 - Crianças (dos 3 aos 13): 5,95€
 - Jovens e Adultos (dos 14 aos 64): 9,50€
 - Séniores (a partir dos 65): 5,95€
 - Família (2 adultos e 2 crianças dos 3 aos 13): 25,95€
 - Bilhete Conjunto Portugal dos Pequenitos + Casa Museu Bissaya Barreto: 10,75€
 - Bilhete Conjunto Portugal dos Pequenitos + Universidade de Coimbra: Adultos: 12,00€ / Seniores: 10,00€
 - Pessoas com mobilidade reduzida, desde que se desloquem em cadeiras de rodas, uma vez que alguns dos espaços a visitar não são acessíveis a estes visitantes: 50% do seu nível etário
- **VISITAS GUIADAS AO PARQUE** (marcação prévia; estes preços acrescem ao custo dos bilhetes de ingresso)
 - Preço por pessoa: 1,75€
 - Preço da visita para grupos 5 pessoas: 7,00€
 - Preço da visita para grupos de 10 pessoas: 15,75€
 - Preço da visita para grupos de 20 pessoas: 32,50€
- **Visitas guiadas ao Museu do Traje, mediante marcação prévia e para grupos mínimos de 12 visitantes. Estas visitas são grátis.**
- **“Expresso dos Pequenitos”:** é um pequeno comboio elétrico que viaja por algumas partes do Portugal dos Pequenitos, tornando a visita ao parque

mais divertida e animada. **Preço especial para grupos escolares: 1€/Jovem (os adultos acompanhantes não pagam).**

- **Autocarro:** 6, 14, 14T, 20, 31

- **Fado ao Centro**

- **Localização:** Coimbra, Rua do Quebra Costas nº 7
- **Horário de funcionamento:** 10h00 às 20h00 (todos os dias do ano);
- **Espectáculos de Fado de Coimbra FIXOS diários com a duração de 50 min:** 18h;
- **Valor de venda ao público = 10 €/entrada;**
- **Oferta de um Porto de Honra de cortesia com aperitivos;**
- **Contacto:** 918 651 595

- **Á Capella**

- **Localização:** Portugal, Coimbra, Largo da Vitória - Rua Corpo de Deus – Capela de Nossa Sra. da Vitória
- **Horário:** 21h às 3h

O espectáculo inicia-se todos os dias pelas 22h00.

Visite-nos a partir das 18h00 para conhecer a nossa capela do séc.XIV e usufrua da nossa esplanada e serviço de bar e free internet.

- **Horário:** 18h00 até às 2h
- **Encerrados à segunda-feira e terça-feira até março.**
- **Contacto:** Telf. (+351) 239 833 985 Tel. 925 786 939 ou 962 205 564

Apêndice L – Pacotes de Viagem

Condições que qualquer *pack* de viagem deve apresentar:

- Transporte próprio e estacionamento gratuito;

- Validade;
- Camas-extra (consultar tarifa disponível);
- Programa sujeito a reserva de disponibilidade;
- Cláusulas das desmarcações;
- Não comparência implica anulação do *voucher*;
- *Check In*;
- *Check Out*;
- Tipologia de estadia (consoante a disponibilidade dos apartamentos e personalizada a cada cliente);

Pack Vougaldeias (multifacetado) – sempre em atualização e pretende ser o produto Vougaldeias.

Pack Vougaldeias (2 noites)

Programa Inclui:

Alojamento: Tipologia a definir pelo gestor em contacto com o cliente

Pequeno-Almoço Buffet Vougaldeias

Entrada na Casa do Artesão / Museu Municipal

Passeio de Bicicleta na Ecopista

Entrada na piscina Vougaldeias

Jantar Vougaldeias

Sugestões:

- Almoçar no restaurante Quinta do Barco (Preço sob Consulta)
- Ver a Atração Principal de Sever (Cascata da Cabreia)
- Utilizar salão de estética / Spa
- Desenvolver Atividades de Aventura e Aquáticas (consulta)
- Evento CAESV

Pack Aventura Offline

Programa Inclui:

Cabaz de Boas vindas

Alojamento: Tipologia a definir entre o gestor e o cliente

Pequeno Almoço Continental Reforçado com Vitaminico

Percurso Minas do Braçal e Cascata da Cabreia PR2

Banho Turco/ Jacuzzi Vougaldeias

Churrasco Vougaldeias no Terraço

Sugestões:

Ver miradouros (Nossa Senhora da Penha e Poço Santiago);

Almoçar no Restaurante Júnior (Preços por consulta);

Outros percursos pedestres disponíveis (Rota do Megalítico, Rota da Pedra Moura, Rota dos Moinhos);

Passeio de bicicleta na Ecopista;

Visita à praia Fluvial Quinta do Barco;

Atividades de Aventura e desportos aquáticos (Preços por consulta) – *Rappel*, slide, salto pendular, Paintball, Atiro com Arco, Zarabatana, Cascading, canyoning, *rafting*, *Stand up Paddle*, caminhadas aquáticas, Rotas temáticas e passeios todo terreno, orientação e *challenge* Aventura);

Mimo/Romance Pack (2 noite p/ 2 pessoas)

Programa inclui:

Alojamento: Quarto Duplo - decorado a rigor com bebida de boas-vindas

Pequeno almoço servido no quarto (Vougaldeias)

Reserva de Jantar Romântico no restaurante - *Santiago*

Cabaz Picnic Vougaldeias

Passeio de bicicleta na Ecopista

Utilização do Salão de *Spa* Vougaldeias

Tratamento VIP: Chocolate e Espumante

Late check-out (sujeito a disponibilidade)

Sugestões:

- Visita à Cascata da Cabreia (Picnic);

Pack OPORTO

Inclui:

Alojamento Voughaldeias

Entrada na Piscina

Pequeno Almoço Continental

Porto Storytellers (12€) <http://portgall.com/experience/porto-storytellers/>

Cruzeiro no Douro em Barcos Rabelos (10€)

Visita à Torre dos Clérigos (2€)

Biblioteca Lello (3ª melhor biblioteca no Mundo)- Rua das Carmelitas (3€)

Sea Life (13€ Adultos / 9€ crianças)

Sugestões:

- Utilização da Piscina, Salão de Estética e Spa Voughaldeias;
- Majestic Café;
- Visitar - Museu do Carro Elétrico (andar);
- Visita à Fundação Serralves;
- Almoçar - Food Corner ;
- Compras na Via Catarina;
- Sala de Prova de Vinhos;
- Portugal (Palácio da Bolsa);
- Mercado Bolhão – Mercado do Bolhão Loja 1;
- Estação de São Bento – Praça Almeida Garret;

PACK ÁGUEDA

Inclui:

Alojamento Vougaldeias

Pequeno-Almoço Buffet Vougaldeias

Visita ao Museu Ferroviário – Macinhada do Vouga

Passeio no Vouguinha (Ida e Volta)

Visita ao Museu Fundação Dionísio Pinheiro (3€)

Sugestões:

- Restaurantes: Telhas e Canecos, Casa Vidal; Manjar da Helena; O Típico; Zito dos Leitões;
- Realização de Percursos Pedestres;
- Visitação ao Umbrella Sky Project e Arte Urbana – Praça 1º de Maio e entrar no Umbrella Coffee – Lotus;
- Sextas Culturais (por consulta);
- Parque de Alta Vila;
- Biblioteca Manuel Alegre;
- Passeio na Maior Lagoa da Península Ibérica (Pateira);

Pack Coimbra

Alojamento Vougaldeias

Pequeno almoço Buffet Vougaldeias

Mosteiro de Santa Clara-a-Velha (4€)

Igreja de Santa Cruz – Panteão Nacional (2.50€)

Programa da Universidade: Do Paço ao Colégio (Biblioteca Joanina, Prisão Medieval e Académica, Sala de Armas*, Sala dos Capelos*, Sala do Exame Privado*, Capela de S. Miguel, Torre da Universidade) (12€)

*Visita condicionada à ocupação da Sala

Entrada no Fado ao Centro

Sugestões:

- Visita ao jardim Botânico;
- Visita ao Portugal dos Pequeninos;

Restaurantes: Zé Manel dos Ossos, Munich, Nacional, A Taverna, Tábua da Moura;

Pack Aveiro

Alojamento Vougaldeias

Pequeno Almoço Continental

Museu de Aveiro (Santa Joana)

Passeio no Moliceiro

Visita à Fábrica de ovos moles

Entrada no Museu Vista Alegre

Salinas

Museu Marítimo de Ílhavo e Navio-Museu Santo André

Sugestões:

- Visitar Farol da Barra;
- Visitar Costa Nova;
- Visitar o Zeca Aveiro;
- Confeitaria Peixinho;
- Visitar os Gelados de Portugal;
- Visitar a Praça do Peixe;

Restaurantes: Salpoente, Café Ramona, Porta 35, Cervejaria Alicarius;

Pack 3 cidades (Sever do Vouga, Águeda e Aveiro)

Alojamento Vougaldeias

Pequeno Almoço Buffet Vougaldeias

Museu Municipal de Sever do Vouga / Casa do Artesão

Passeio de Bicicleta Ecopista de Sever do Vouga

Visita ao Museu Fundação Dionísio Pinheiro (3€)

Passeio no Vouguinha

Passeio de Moliceiro

Visita à Fábrica do doce

Visita às salinas

Sugestões:

- Visitar a Cascata da Cabreia;
- Visitação ao Umbrella Sky Project e Arte Urbana – Praça 1º de Maio e entrar no Umbrella Coffee – Lotus;
- Degustar de Ovos Moles ou Tripa de Aveiro;

Pack 7 (Sever do Vouga, Águeda, Porto)

Alojamento Vougaldeias

Pequeno-Almoço Buffet Vougaldeias

Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga

Passeio de Bicicleta na Ecopista

Visita ao Museu Ferroviário de Macinhata do Vouga

Passeio no Vouguinha

Cruzeiro no Douro em Barcos Rabelos (10€)

Visita à Biblioteca Lello (3€)

Jantar Vougaldeias

Sugestões:

- Almoçar no Restaurante- Santiago ou Quinta do Barco;
- Usar Lavandaria;
- Relaxar no Spa e salão de estética Vougaldeias;
- Utilizar a Piscina;
- Visitar Umbrella sky Project em Águeda;

Pack 5 (Sever do Vouga, Águeda e Coimbra)

Alojamento Vougaldeias

Entrada na Piscina

Pequeno Almoço Buffê Vougaldeias

Passeio de Bicicleta na Ecopista

Visita ao Museu Ferroviário de Macinhata

Programa da Universidade

Entrada no Fado Central

Sessão de Spa e Estética

Sugestões:

- Visitar Umbrella Sky Project - Arte Urbana (Águeda);
- Visitar o Jardim Botânico de Coimbra;
- Almoçar: Restaurante Zito dos Leitões;
- Jantar na Tábua da Moura;

**Pack 10 (Sever do Vouga, Águeda, Coimbra, Aveiro,
Porto)**

Boas-Vindas com Licor de Mirtilo
Alojamento Vougaldeias
Pequeno Almoço buffet Vougaldeias
Passeio de Bicicleta na Ecopista
Visita ao Museu Municipal
Visita ao Museu Ferroviário de Macinhata do Vouga
Passeio no Vouguinhas
Visita ao Museu Dionísio Pinheiro (Águeda)
Programa Universidade de Coimbra
Entrada no Central Fado (Coimbra)
Passeio de comboio turístico
Programa Fábrica do Doce (Aveiro)
Passeio no barcos Rabelos
Storytellers (Porto)
Visita à Biblioteca Lello
Jantar Vougaldeias
Churrasco Vougaldeias

Sugestões:

- Visitar Cascata da Cabreia;
- Fazer os Percursos Pedestres;
- Visitar Arte Urbana de Águeda – Umbrella sky project;
- Visitar Jardim Botânico;
- Visitar Centro Histórico do Porto;

Pack Gastronómico ou Típico

Licor de Mirtilo de Boas-vindas

2 noites em regime de alojamento com pequeno almoço
vougaldeias

Jantar *Vougaldeias* (Entradas, sopa, prato típico, sobremesa,
café e digestivo – bebidas incluídas)

Ou

Pack (Rota da Lampreia)

Sugestões:

Utilização do *Spa Vougaldeias*;

PACK RELAXAMENTO (1 noite)

Licor de Mirtilo – Boas-vindas

Alojamento Vougaldeias

Pequeno-Almoço Buffet

Entrada na Piscina Vougaldeias

Almoço Restaurante Vougaldeias

Acesso ao Ginásio Vougaldeias

Tratamento de *Spa* / Estética Vougaldeias

Massagem de Relaxamento Vougaldeias

Jantar - Restaurante *Santiago*

Apêndice M - Plano de Atividades

Nota: Os bilhetes dos espetáculos e outras atividades são entregues pela Vougaldeias ou na porta de entrada do CAESV.

Mês de janeiro

13 a 15 de janeiro

Indicado para: Adultos

Pack 2 cidades (Sever do Vouga, Águeda)

Dia 13 de janeiro (Sexta)

Check-in com welcome drink

- **Alojamento** Vougaldeias (3 dias)
 - **Jantar no Salão:** Sopa, Prato Principal, sobremesa (Bebidas não incluídas)
 - **Sugestão:** God com Joaquim Monchique (Águeda) – 22h. Bilhete Pré-Comprado: 5€
- Trajetos:** Vougaldeias – Águeda (46min de carro)

14 de janeiro (Sábado)

- **Pequeno Almoço** Buffet Vougaldeias (9h às 11h)
Trajetos de carro: Vougaldeias – Casa do Artesão (22min)
- Casa do Artesão (Terça a Sábado: 09h30 | 12h30 - 14h00 | 18h00) Encerra: Domingo e 2ª-feira.
Trajetos de carro: Casa do Artesão – Museu (3 min)
- Museu Municipal de Sever do Vouga (10h-12h30 e das 14h às 17h)
- **Sugestão:** Almoçar no “Don Gonçalo” – Sever do Vouga
Trajetos de Carro: Museu – Eco-Café Paradela (7min)
- Passeio de Bicicleta Ecopista de Sever do Vouga
 - **Início:** Estação de Paradela – Eco-café
 - **Fim:** Lugar da Foz, próximo da foz do Rio Mau

- **Extensão:** 6 km
- **Grau de Dificuldade:** Média/Baixa
- **Tempo Aproximado de Bicicleta do Trajeto:** 1h

- **Lanche** na Estação de Paradela – Eco-Café

Trajeto de Carro: Estação de Paradela – Vougaldeias (19min)

Trajeto de Carro: Vougaldeias – Restaurante “Santiago” (20 min)

- **Jantar** no restaurante “Santiago” (Reserva)

Trajeto de carro: Restaurante Santiago – CAESV (8 min)

- **Concerto de Fado** – Gisela João (CAESV) – 22h

Trajeto a pé: CAESV – Mercearia Bar (3 min)

Ponto de Interesse: Mercearia Bar – Lounge Bar

Trajeto de Carro: Mercearia Bar – Vougaldeias (22min)

Ou

Trajeto de Carro: Vougaldeias – Aveiro (46min)

- **Jantar** “Salpoente/ Café Ramona (S/reserva) /Porta 35/Cervejaria Alicarius” (Reserva)

- **Teatro Aveirense:** “As Criadas” – 21h30

- **Ponto de Interesse:** Praça do Peixe

Dia 15 de janeiro (Domingo)

- **Pequeno Almoço** Buffet (9h às 11h)

Trajeto de carro: Vougaldeias – Museu Ferroviário de Macinhata do Vouga

- Visita ao Museu Ferroviário de Macinhada do Vouga (Marcação Prévia)

- Passeio no Vouguinha (3,40€ - Ida e Volta)

Trajeto de Comboio: Sernada do Vouga – Águeda (27min)

Late Check-Out: (Mediante a disponibilidade)

Sugestões adicionais:

- Feira dos treze em Ílhavo (Sexta 13)
- Visitar a Cascata da Cabreira
- Visitação ao *Umbrella Sky Project* e Arte Urbana – Praça 1º de Maio e entrar no *Umbrella Coffee* – Lotus (Águeda)

- Visita ao Museu Fundação Dionísio Pinheiro (3€) Horário: Ter. a Sáb. (10h às 18h) Dom. c/ pré-marcação (Águeda)
- Fazer Percorso Pedestre de Sever do Vouga ou Águeda
- Visitar a Maior Lagoa da Península Ibérica – Pateira (Águeda)
- Passear a Cavalo (Reserva com Abrigo d'Aventura: Preço sob Consulta) – Carvoeiro

20 a 22 de janeiro

Indicado para: Programa Familiar

20 de janeiro (sexta)

Check-In com Welcome drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)

Sugestão: Alugar Jogos Familiares

21 de janeiro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – CAESV (24min)

- **CAESV:** Teatro para Bébes e Famílias|Ninhos (11h) e Exposição Temerate de Ana Linhares

Trajetos a pé: CAESV – Restaurante “Casa Vitorino” (2min)

- **Sugestão:** Almoçar no Restaurante “O Vitorino”

Trajetos a pé: Restaurante – Casa do Artesão (4min)

- Visitar a “Casa do Artesão” (Terça a Sábado: 09h30 | 12h30 - 14h00 | 18h00)
- **Posto de Turismo:** Trilho PR2 - “Cabreia e Minas do Braçal” (Tempo de caminhada Aproximado (10km): 2h30.

Trajetos de Carro: Posto de Turismo – Trilho PR2 (12min)

- **Piquenique** na Cascata da Cabreia (**Cabaz Vougaldeias**)

Trajetos de carro: Cascata da Cabreia – Vougaldeias (29min)

Trajetos de carro: Vougaldeias – Restaurante “O Júnior” (3min)

Sugestão: Jantar no restaurante “O Júnior”

Trajetos de carro: Restaurante – Cine-teatro de Estarreja (44min)

- **Cine-Teatro de Estarreja** - Concerto Intímo da Aurea (21h30) Bilhete: 12,50€
22 de janeiro (domingo)

Pequeno Almoço buffet (9h às 11h)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Teatro Aveirense (46min – A25)

Teatro Aveirense: Larasati, ou canções de adormecer as estrelas: (10h e 11h)

Sugestão: Almoçar no restaurante “Ceboleiros” – Aveiro

Programa de Família – Oficina do Doce (Projeto FabriDoce - <http://www.oficinadodoce.com/>) – Inclui: Oficina do Doce, Passeio de Moliceiro, Salinas, Vista Alegre, Museu de Aveiro e Museu marítimo de Ílhavo.

Check-Out: Mediante a Disponibilidade

Sugestões Adicionais:

- **20 de janeiro** - Teatro Aveirense (Sexta): Embarcação do Inferno (14h30)
- Passeio a Cavalo – **Reserva** Abrigo d’Aventura (Carvoeiro) Preço sob Consulta.
- Passeio de Bicicleta na Ecopista (**Reservar**)
- Museu Municipal de Sever do Vouga (10h-12h30 e das 14h às 17h)

25 de janeiro (Quarta) – Visita ao Farol da Barra Gratuita

27 a 29 de janeiro

27 de Janeiro (Sexta)

Check-in com Welcome Drink

Trajetos de carro: Vougaldeias – Restaurante (46min; A25)

Jantar: Restaurante “Rebaldaria” (Reserva)

- **Teatro Aveirense:** Luísa Sobral (21h30) Bilhetes: 10€
Ponto de Interesse: Praça do Peixe

Trajetos de carro: Aveiro- Vougaldeias (46min; A25)

28 de Janeiro (Sábado)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

- Passeio a Cavalo (Reservar Abrigo D'aventura) – **Cabaz Vougaldeias** para piquenique

Sugestão de Almoço: Restaurante “Quinta do Barco”

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga

Lanche na Estação de Paradela “Eco-Café”

Trajetos de carro: Estação de Paradela – Vougaldeias (19min)

- **Jantar no Salão:** Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)
- **Teatro Aveirense:** “Filhos da Treta” (21h30)

Ponto de Interesse: Praça do Peixe

Trajetos de carro: Aveiro- Vougaldeias (46min; A25)

29 de janeiro (Domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

Trajetos de carro: Vougaldeias – Estação de Paradela (19min)

- Passeio de Bicicleta na Ecopista (Reserva)

Trajetos de Carro: Estação de Paradela – “Don Gonçalo” (5min) ou Estação de Paradela – “Casa Vitorino” (8min)

Sugestão de Almoço: Restaurante “Don Gonçalo” ou “Casa Vitorino”

Trajetos de carro: “Don Gonçalo” – CAESV (2min) ou “Casa Vitorino” – CAESV (1min a pé)

- **CAESV:** Cinema de Animação| Canção do Mar (15h)

Trajetos de carro: CAESV – Cascata (11min)

- Visita à Cascata da Cabreia

Check Out – mediante disponibilidade

Sugestões adicionais:

- Visita ao Museu Ferroviário de Macinhata do Vouga
- Visita a Casa do Artesão (Terça a Sábado: 09h30 | 12h30 - 14h00 | 18h00)
- Fazer Percursos Pedestres de Sever do Vouga
- Atividades de Aventura (Reserva)

Mês de fevereiro

3 a 5 de fevereiro

3 de fevereiro (sexta)

Check-in com Welcome drink

- **Jantar no Salão Vougaldeias:** Sopa, Prato Principal, Sobremesa (bebidas não incluídas) ou **Restaurante “O Júnior”** (Preço sob Consulta)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – CAESV (22min)

- **CAESV:** Alter Ego Music Sessions| Peixe: Avião (22h)

Pontos de Interesse: Mercaria Lounge Bar e Bar Bacco

Trajetos de carro: CAESV – Vougaldeias (22min)

4 de fevereiro (sábado)

Pequeno almoço bufê (9h às 11h)

Trajetos de carro: Vougaldeias – Estação de Paradela (19min) ou Vougaldeias – Percurso (27min)

- Passeio de bicicleta na ecopista (reserva) ou Fazer trilho da Cabreia e Minas do Braçal (Cabaz Vougaldeias para piquenique);

Trajetos de Carro: Cascata – Restaurante (10min)

Almoço no restaurante “O cortiço” (Preços sob consulta)

Trajetos a pé: Restaurante – Museu (2min)

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Atividade de Geocaching (Smartphone ou Gps)

Trajetos a pé: Museu – Padaria (2min)

Lanche na Padaria - Pastelaria e Cafetaria “Massas do Vouga”

Trajetos de Carro: Padaria – Praia Fluvial (6min)

- Visita à Praia Fluvial Quinta do Barco e Ecopista

Trajetos de carro: Estação de Paradela – Vougaldeias (19min) e Vougaldeias – CAESV (22min)

- CAESV: Alter ego music sessions| Captain Boy (22h)

Ou

Pequeno almoço *buffet* (9h às 11h)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Universidade de Coimbra (1h13min – A1)

- Programa da Universidade de Coimbra (Do Paço ao Colégio (Biblioteca Joanina, Prisão Medieval e Académica, Sala de Armas*, Sala dos Capelos*, Sala do Exame Privado, Capela de S. Miguel, Torre da Universidade) – **Reservar:** 12€

Trajetos a pé: Universidade de Coimbra – Jardim Botânico (11min)

- Visita ao Jardim Botânico de Coimbra
- Desvio para ver o Monumento em homenagem ao Papa João Paulo II (4min a pé). Lanche na Pastelaria Briosas de Coimbra e desvio para ver o Monumento de Homenagem a Joaquim António de Aguiar

Jantar no restaurante “Zé Manel dos Ossos”

Trajetos a pé: Restaurante – Teatro (15min)

- Teatro Académico Gil Vicente: Concerto de Adriana Calcanhoto (Bilhete: 22€)

Ponto de Interesse: Praça da República

Ou

Pequeno Almoço *buffet* (9h às 11h)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Porto Storytellers (1h10min – A1)

- Porto Storytellers (12€)

Trajetos de Carro: Porto Storytellers – Douro Azul (10min)

- Cruzeiro no Douro em Barcos Rabelos (10€)

Trajetos a pé: Douro Azul – Palácio da Bolsa (3min)

- Visita ao Palácio da Bolsa (Consultar Preços)
- Visita à Igreja Monumento de São Francisco (Horários: Todos os dias das 9h às 17h30 de Novembro a Fevereiro, até às 19h de Março a Outubro e até às 20h de Julho a Setembro) – 3,50€
- **Trajetos de Carro:** Igreja – Estação de São Bento (4min)

Brunch na Avenida dos Aliados

- Visita à Estação de S. Bento e Via Catarina

Almoço no restaurante “Food Comer”; ou Visita à zona histórica da Cidade (Cedofeita) e almoço no restaurante “Óh Maria”;

Lanche na “Confeitaria do Bolhão”

Jantar no restaurante “Lado B”- melhor Francesinha do Mundo (reserva) ou no restaurante “Bufete Fase” - Francesinha (reserva)

- Café no Majestic
- Coliseu do Porto: Deolinda (21h30) – Bilhete (€)

5 de fevereiro (Domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

- **Almoço no salão Vougaldeias:** Sopa, Prato Principal, Sobremesa (bebidas não incluídas)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Abrigo d’Aventura (28min)

- Passeio a cavalo (reserva Abrigo d’aventura) ou Atividades de Aventura (reserva)

Check-out: Mediante a disponibilidade

10 a 12 de fevereiro

10 de fevereiro (sexta)

Check-In com Welcome Drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – CAESV (21min)

- **CAESV:** Alter Ego Music Sessions – You Can’t Win Charlie Brown (22h)

Pontos de Interesse: Mercearia Bar Lounge e Bar Bacco

Trajetos de Carro: CAESV – Vougaldeias (22min)

- Desfrute da Agradável vista do Eclipse Lunar no Terraço Vougaldeias (Bebidas Quentes sob Consulta) ou de um Miradouro de Sever do Vouga

11 de fevereiro (sábado)

Pequeno Almoço buffet (9h às 11h)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Estação de Paradelas (19min)

- **Passeio de Bicicleta na Ecopista** (reservar)

Trajetos de Carro: Estação de Paradelas – Restaurante (3min)

- **Almoçar** no restaurante “Quinta do Barco”

Trajetos de Carro: Restaurante – Abrigo D’aventura (11min)

- **Passeio a Cavalo** (Abrigo d’aventura – reserva sob consulta) ou Atividades de desporto de Aventura (Reserva)

Trajetos de Carro: Restaurante – Cascata da Cabreia (17min)

- **Visitar a Cascata da Cabreia** (Cabaz Piquenique Vougaldeias)

Trajetos de Carro: Cascata – Museu (13min)

- Visitar o Museu Municipal de Sever do Vouga

Trajetos de Carro: Museu – Vougaldeias (21min)

- **Jantar** no restaurante “O Júnior” Ou Salão Vougaldeias (3min)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – CAESV (21min)

- **CAESV:** Alter Ego Music Sessions| Old Jerusalém (22h)

Pontos de Interesse: Mercearia Bar Lounge e Bar Bacco

Trajetos de Carro: CAESV – Vougaldeias (21min)

Ou

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Oficina do Doce (47min; A25)

- **Programa Oficina do Doce** (Oficina do Doce, Passeio de Moliceiro, Salinas, Vista Alegre, Museu de Aveiro e Museu marítimo de Ílhavo) – **Preço sob Consulta;**

Trajetos a pé: Oficina do Doce – Fórum Aveiro (2min)

- **Visita** ao Fórum de Aveiro e Lanche

Jantar no restaurante “Porta 35” - Reservar

- **Teatro Aveirense:** Jorge Palma (Bilhete: 12,50€)

Pontos de Interesse: Praça do Peixe

Trajetos de carro: Aveiro – Vougaldeias (47min; A25)

12 de fevereiro (Domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

- **Atividade de Meditação** (3 aos 9 anos -10h30) e (a partir dos 10 anos – 11h) – (Reservar)

Almoço no restaurante “O Canastro By Júnior”

- Caminhada na Ecopista

Check-Out: Mediante a Disponibilidade

13/14 de fevereiro – Dia de S. Valentim (Terça)

Pack Romance (1 noite)

Check-In com Welcome Drink

Alojamento: Quarto Duplo - decorado a rigor

Pequeno almoço servido no quarto (Vougaldeias)

Reserva de **Jantar Romântico** no restaurante: “Santiago”

Bebidas Quentes (Sob Consulta) para aproveitar a vista do Terraço

Utilização do Spa Vougaldeias

Tratamento VIP: Chocolate e Espumante

Check-out (sujeito a disponibilidade)

17 a 19 de fevereiro

17 de fevereiro (Sexta)

Check-In com welcome Drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

Pontos de Interesse: Mercearia Bar e Bar Bacco

Bebidas Quentes (Sob Consulta) – Aproveitar a Vista do Terraço

18 de fevereiro (sábado)

Pequeno Almoço servido no Quarto

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Trilho (29min)

- **Fazer Trilho** da Cabreia e Minas do Braçal
- **Piquenique** na Cascata da Cabreia (Cabaz Vougaldeias)

Trajetos de Carro: Cascata – Restaurante (12min) ou Cascata – Restaurante (14min)

Almoço no Restaurante “O Vitorino” ou “Pizzaria Dom Gonçalo”

Trajetos de Carro: Restaurante – Paradela Eco-Café (7min) ou Restaurante – Abrigo d’aventura (15min)

- **Passeio de Bicicleta** na Ecopista ou **Passeio a Cavalo** (Abrigo D’aventura)

Trajetos de Carro: Eco-Café Paradela – Vougaldeias (19min) ou Abrigo D’aventura – Vougaldeias (27min)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Restaurante (19min)

Jantar no Restaurante “Santiago” (Reserva – Preços sob Consulta)

Tratamento Vip: Chocolate e Espumante

19 de Fevereiro (Domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

- **Atividade** de Desporto e Aventura (Reservar)
- **Almoçar** - Churrasco Vougaldeias

Trajetos de Carro: Vougaldeias – CAESV (21min)

CAESV: Cinema de Animação| Uma Aventura no Jurrásico (15h)

Check-Out: Mediante a disponibilidade

24 a 26 de fevereiro

24 de fevereiro (sexta)

Check-in com welcome drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (bebidas não incluídas)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Pontos de Interesse (21min)

Pontos de Interesse: mercearia Bar Lounge e Bar Bacco

Bebidas Quentes (sob consulta) – Aproveitar a vista do Terraço Vougaldeias

25 de fevereiro (sábado)

Pequeno almoço Buffet (9h às 11h)

Trajetos de carro: Vougaldeias – Eco-Café Paradela (19min)

- **Passeio de Bicicleta** na Ecopista (reserva)
- **Fazer o Trilho** dos “Amiais”

Almoço no restaurante “O Júnior”

Oficina das Máscaras de Carnaval (15h30)

- **Churrasco no Vougaldeias**

26 de fevereiro (domingo)

Pequeno Almoço buffet (9h às 11h)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Cascata (29min)

- **Trilho** da “Cascata da Cabreira e Minas do Braçal”
- **Piquenique** na Cascata da Cabreira (**Cabaz Vougaldeias**)

Ou

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Romaria (35min)

- **Visita** à Romaria de Santa Eufémia (Vide – Talhadas)

Trajetos de Carro: Vide – Restaurante (9min)

Almoçar no restaurante “Manjar da Pedra” (reserva)

Trajetos de carro: Restaurante – CAESV (17min)

- **CAESV – Dança** | Cair de Victor Hugo Pontes (15h)

Check-Out: Mediante a disponibilidade

27/28 de fevereiro Pack Carnaval (1 noite) – feriado

Check-In com Welcome Drink – Caipirinha

Jantar no Salão: Prato Principal, Sobremesa (Bebidas Não Incluídas)

Pontos de Interesse: Bailes/ Festas de Carnaval (procurar no centro de Sever)

Bebidas no Terraço Vougaldeias

Passeio por Sever do Vouga

- Bicicleta, passeio a Cavalo, Caminhadas, Atividades de Desporto e Aventura – Desfrutar da Natureza (Reserva)

Check-out: Mediante a Disponibilidade

Mês de março

24 de fevereiro a 5 de março

Férias de Carnaval

24 de fevereiro (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

• **Jantar no Salão Vougaldeias:** Sopa, Prato Principal, Sobremesa (bebidas não incluídas) ou Restaurante “O Júnior” (Preço sob Consulta);

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Pontos de Interesse (21min)

Pontos de Interesse: Mercearia Bar Lounge; Vila café – Tapas&drinks; Bar Bacco

Bebidas Quentes (sob consulta) – Aproveitar a vista do Terraço Vougaldeias

25 de fevereiro (sábado)

Pequeno almoço Buffet (9h às 11h)

Trajetos de carro: Vougaldeias – Eco-Café Paradela (19min)

- **Passeio de Bicicleta** na Ecopista (reserva)
- **Fazer o Trilho** dos “Amiais”

Almoço no restaurante “O Júnior”

Oficina das Máscaras de Carnaval (15h30)

- **Churrasco no Vougaldeias**

26 de fevereiro (domingo)

Pequeno Almoço buffet (9h às 11h)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Cascata (29min)

- **Trilho** da “Cascata da Cabreia e Minas do Braçal”
- **Piquenique** na Cascata da Cabreia (**Cabaz Vougaldeias**)

Ou

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Romaria (35min)

- **Visita** à Romaria de Santa Eufémia (Vide – Talhadas)

Trajetos de Carro: Vide – Restaurante (9min)

Almoçar no restaurante “Manjar da Pedra” (reserva)

Trajetos de carro: Restaurante – CAESV (17min)

- **CAESV** – Dança | Cair de Victor Hugo Pontes (15h)

Trajetos de Carro: CAESV – Vougaldeias (22min)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Praça Francisco Barbosa (Estarreja) (47min)

- **Carnaval de Estarreja** – Ver Programação 2017

27 de fevereiro (segunda-feira)

Pequeno Almoço buffet (9h às 11h)

Decoração do Salão Vougaldeias

Almoço no restaurante “Júnior”

- **Carnaval de Ovar** – Ver Programação 2017

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Carnaval de Ovar (55min; A29)

Evento - Baile de Máscaras Vougaldeias [Prémio para o melhor mascarado – (**Voucher de uma noite**)] (21h30)

Procurar estabelecer **Parceria com Associação** para Festa de Carnaval “**Lance**”

28 de fevereiro (terça-feira)

Pequeno Almoço buffet (10h às 11h30)

Almoçar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Museu (22min)

- Visita ao Museu Municipal de Sever de Vouga e “Casa do Artesão”

Lanche na Padaria “Massas do Vouga”

- Passeio no Parque Municipal e Biblioteca Municipal

Jantar no Restaurante “Canastro – By Junior”

Serão à lareira - Jogos de Tabuleiro - Estratégia e Bebidas Quentes (sob consulta)

1 de março (quarta-feira)

Pequeno Almoço buffet (9h às 11h)

Trajetos de Carro/Autocarro: Vougaldeias – Passadiços de Arouca (1h15)

OPÇÕES DE VISITA:

- **Visita aos Passadiços do Paiva** (Reserva de bilhetes: 1€) [9h às 17h] – Levar Lanche de Viagem para Almoço e Lanche da Tarde e Água (Cabaz Vougaldeias Disponível); **e/ou**
- Centro de Interpretação e Investigação Geológica de Canelas (seg - sáb: 10:00 - 17:00; dom: 14:00 - 17:00) (9min dos Passadiços);
- Visita à Destilaria de Eduardo de Noronha Dias (11min dos Passadiços);
- Visita Museu de Arte Sacra (22min dos passadiços);
- Visita ao Museu Municipal de Arouca – 1€ (20 min dos Passadiços);
- Visita à aldeia Tradicional (Canelas e Paradinha)
- Visita ao Centro Histórico de Arouca

2 de março (quinta-feira)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

Trajetos de carro: Vougaldeias – Museu de Macinhata do Vouga (37min)

- Visitar o Museu Ferroviário de Macinhata do Vouga

- Passeio de Vouguinha (90min, 6 Paragens) (Sernada – Águeda) – Ída e Volta (Bilhete: 3,40€)
- Almoçar no Restaurante “Telhas e Canecos”
- Visitar a arte urbana de Águeda – *Umbrella sky Project*

Trajetos de carro: Macinhata do Vouga – Vougaldeias (37min)

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – CAESV (21min)

- **CAESV:** Cinema Documentários |Pov Inventod – Ecos os di cap verd| 21h30

Pontos de Interesse: Mercaria Bar lounge; Vila Café – Tapas&drinks; Bar Bacco;

3 de março (sexta-feira)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Aveiro

Programa de Família – Oficina do Doce (Projeto FabriDoce - <http://www.oficinadodoce.com/>) – Inclui: Oficina do Doce, Passeio de Moliceiro, Salinas, Vista Alegre, Museu de Aveiro e Museu marítimo de Ílhavo (**Reservar**).

Almoçar no restaurante “O Centenário”

Trajetos de Carro: Aveiro – Vougaldeias

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)

- **CAESV:** Cinema Documentário |À Beira da Europa|21h30
- **Pontos de Interesse:** Mercaria Bar Lounge; Vila Café Tapas & Drinks; Bar Bacco;

Trajetos de Carro: CAESV – Vougaldeias (21min)

4 de março (sábado)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

Trilho dos Moinhos – Levar Lanche de Viagem;

Almoço - Churrasco Vougaldeias

- Atividade de Desporto e Aventura (Reserva – Parceria)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Restaurante (19min)

Jantar no restaurante “Santiago”

Trajetos de Carro: Restaurante – CAESV (7min)

- **CAESV:** Café Concerto [Rádio Bandido] 22h
5 de março (domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

- Roteiro Praia da Costa Nova| **Programa:** Visitar casas da Costa Nova, Minigolfe, Mercado do Peixe e pastelaria Costa (pão de Vale de Ílhavo). Horário do Mercado: Verão (1 de junho a 30 de setembro): 08h00 às 20h00 / Encerra à segunda-feira. Inverno (1 de outubro a 21 de maio): 08h00 às 13h30 (terça a sexta-feira) / 08h00 às 18h00 (sábado, domingo e feriados) / Encerra à segunda-feira. Horário do Minigolfe : Quartas e sextas: 14h~19h Sábados, domingos e feriados: 10h~19h (<https://www.minigolfe-costanova.pt>)

Almoçar no restaurante “Marisqueira da Barra”

Jantar no restaurante “Porta 35”

Teatro Aveirense – António Azambujo Canta Chico (21h30)

Check-Out Mediante a disponibilidade

Pack Dia da Mulher 7/8 de março

Girls Night

Check-in com Welcome Drink

Jantar no Salão: Entradas, Sopa, Prato Principal, Sobremesas (bebidas não Incluídas)

Música Ambiente - Festa de Discos Pedidos e Karaoke

Tratamento VIP: Oferta do Espumante

Check-out: Mediante a disponibilidade

10 a 12 de março |Promoção: Desconto no Feminino|

10 de março (sexta-feira)

Check-in com Welcome Drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Aveiro (46min; A25)

- **Universidade de Aveiro** - Rui Sinel de Cordes – Humor Negro (22h – 23h) – 12€ (Reservar);

Ponto de Interesse: Praça do Peixe

11 de março (sábado)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

- Atividade de Desporto e Aventura – Reserva
- Visita à Estação Arqueológica do Cabeço Santo (Das 9:00 às 17:00 (outubro a abril)/Das 10:00 às 18:00 (maio a setembro)

Almoçar no Salão ou Terraço: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)

Verificar as Datas da Rota da Lampreia e da Vitela 2017

- **Passeio de Jipe** “Visitar os principais pontos de interesse de Turismo de Natureza (Cascata, Megalíticos, etc. ou visitar a Maior Lagoa da Península Ibérica – Lagoa da Pateira – Espinhel, Ois da Ribeira) (**Reservar**);

Jantar no restaurante “Casa Vitorino” (**Reserva** – Faz parte da Rota da Lampreia e da Vitela)

Pontos de Interesse: mercearia Bar Lounge; Vila Café Tapas&Drinks; Bar Bacco;

12 de março (domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h30)

- **Meditação:** 2,50€ Marcação: (10h30 crianças entre os 3 e os 9 anos);(11h a partir dos 11 anos) 968189759

Churrasco no Vougaldeias

- Passeio a Cavalo ou de bicicleta (**reservar**)

Check-out: Mediante a disponibilidade

17 a 19 de março (Pack dia do Pai)

- 15 a 19 - BTL

17 de março (sexta)

Check-in com Welcome Drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas);

Pontos de Interesse: Mercearia Bar Lounge, Vila café – Tapas & drinks, bar bacco

18 de março (Sábado)

Pequeno almoço buffet (9h às 11h)

- Fazer a Rota do Megalítico
“Rota da Lampreia” – Almoçar

- Atividade de desporto e Aventura (Reservar)
- 19 de março (domingo) – Dia do Pai

Pequeno Almoço Buffet (Bolo do dia do Pai e oferta de Garrafa de Garrafinha Licor de Mirtilo)

- Passeio de Jipe (Reservar) ou andar de bicicleta na Ecopista
- **Almoço** – Churrasco no Vougaldeias ou piquenique na Cascata da Cabreia
- **CAESV:** Filme de Animação: Robison Crusoe (15h)

Check-Out: Mediante a disponibilidade.

24 a 26 de março (Promoção: Desconto no Masculino)

24 de março (sexta)

Check-in com Welcome Drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (bebidas não incluídas)

Pontos de Interesse: Mercearia bar lounge; Vila Café Tapas & Drinks; Bar bacco;

Jogos de Tabuleiro/Estratégia

Bebidas Quentes e Frias (sob consulta) para desfrutar da vista Terraço;

25 de março (Sábado)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

Rota das Padeiras 25 – 27 de março

- Fazer o Trilho dos Moinhos ou Gresso (Cabaz Vougaldeias)

Almoço no restaurante “O Júnior”

- Visitar a Rota das Padeiras (Ílhavo)

Jantar no restaurante “O Santiago”

- CAESV: Teatro | Força Humana, a partir de os Lusíadas (22h)

26 de Março (Domingo) – Dia da Árvore

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h)

Atividade – Plantar 1 Árvore

- Passeio de Jipe ou a Cavalo (Reservar)

Almoço no Salão ou Terraço: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)

- Passeio de Bicicleta na Ecopista (Reserva)

Verificar se vai existir a Atividade “Plante Amor” – *Living Place* (Animação Turística)

Check-out: Mediante a disponibilidade

31 de março a 2 de abril

31 de março (sexta)

Check-In com Welcome Drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal e Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

Pontos de Interesse: Mercearia Bar Lounge; Vila Café – Tapas & Drinks; Bar Bacco; Paradelas Eco-Café;

1 de abril (sábado) – Dia das Mentiras

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

- Passeio de Bicicleta na Ecopista (Reserva)
- Passeio a Cavalo (reservar)
- Passeio no Vouguinha Ída e Volta (Bilhete: 3,40€)

Jantar no restaurante “Dom Gonçalo”

Pontos de Interesse: Merceria Bar Lounge, Vila Café, Bar Bacco e Paradela Eco-café.

2 de abril (domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h)

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga

Almoço no restaurante “O Cortiço”

- **Museu Ferroviário de Macinhata do Vouga** – Recriação Histórica (15h)

Check-Out: Mediante a disponibilidade.

Mês de abril (Verificar a Existência de Eventos)

- **Consultar o Programa da Feira do março (25 de mar a 25 de abril)**

7 a 9 de abril

7 de abril (sexta-feira) – Dia Nacional dos Moinhos

- Decoração de Páscoa

Check-in com Welcome Drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

Pontos de Interesse: Merceria Bar Lounge; Vila café – Tapas & drinks; Paradela Eco-café; Bar Bacco;

Atividades caseiras: Jogos de Tabuleiro / Estratégia

Bebidas Quentes e Frias (Sob Consulta) – Contemplar a Vista do Terraço

8 de abril (sábado)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

Manhã

Atividade 1: Fazer o Trilho dos Moinhos (Levar Lanche de Viagem)

Trajetos de Carro/Autocarro: Vougaldeias – Macieira de Alcôba (56min)

- Visitar o Centro de Interpretação do Milho Antigo (Marcação)
 - **Almoçar:** No restaurante “A Escola” em Macieira de Alcôba (Reserva)

Ou

Trajetos de Carro/Autocarro: Vougaldeias – Oliveira de Azeméis (57min; N328)

Trajetos de Carro/Autocarro: Oliveira de Azeméis – Restaurante “A Aldeia” (33min; IC2)

- Visitar o Parque Temático Molinológico de Oliveira de Azeméis (Marcação)

Ou

Trajetos de Carro/Autocarro: Vougaldeias – Albergaria-a-velha (39min)

- Reservar a Rota dos Moinhos de Albergaria-a-Velha

Trajetos de Carro/Autocarro: Albergaria-a-Velha – Restaurante “A Aldeia” (14min)

Almoçar no Restaurante “A Aldeia” em Pedações

Tarde

- Visitar a Ponte Medieval sobre o Marnel (integrada na antiga via romana de Lisboa – Braga)
- Visitar às ruínas da Ponte Velha do Vouga [Ponte Quinhentista construída sobre uma ponte romana – Ponto onde a grande via romana que ligava *Bracara Augusta* a *Olisipo* transpunha o rio Vouga (Passagem controlada pela *civitas Talabriga*)]
- Visitar à Estação Arqueológica do Cabeço do Vouga (Marcação)

(Lanche de Viagem)

Jantar no Salão: Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

9 de abril (Domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h)

Meditação: 2,50€ Marcação: (10h30 crianças entre os 3 e os 9 anos); (11h a partir dos 11 anos) |968189759

Almoço no restaurante “Quinta do Barco” (Reserva)

Café – Paradela Eco-Café

- Passeio de Bicicleta na Ecopista (Reservar)

- Visita à Cascata da Cabreia

Check-Out: Mediante a Disponibilidade

Pack 1 semana (Páscoa)

Trajetos de Carro/Autocarro: Vougaldeias – Cidade de Braga (1h41; A3 e A1)

Semana Santa – Braga - <http://www.semanasantabraga.com/>

- **Visitas Guiadas de 5 a 15 de Abril (Local de encontro:** Posto de Turismo – Início 10h30 – 7 Estações de Roma) 17h – Centro Histórico;
- **Visitas Guiadas 9 a 13 de Abril (Local de Encontro:** Templos - Igrejas de S. Victor e Senhora-a-Branca, e à Capela de N.ª Sr.ª Guadalupe)

Quinta-feira

Check-in com Welcome Drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

Pontos de Interesse: Mercearia Bar Lounge; Vila café – Tapas & drinks; Paradelas Eco-café; Bar Bacco;

Atividades caseiras: Jogos de Tabuleiro / Estratégia

Bebidas Quentes e Frias (Sob Consulta) – Contemplar a Vista do Terraço

Sexta-feira

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

(Lanche de Viagem)

- Visitas Guiadas a Braga
- **Almoço:** Restaurante “Cozinha da Sé”
- Visitar a Sé de Braga
- **Evento:** Encenação - “Descimento da Cruz” [18h30] (**Local:** Adro da Igreja de Santa Cruz, Largo Carlos Amarante - Braga)

Sábado

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

- Trilho de Sever do Vouga “Caminhos de S. Tiago”

Almoço no restaurante “O Canastro”

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
 - Visita à Casa do Artesão
- Lanche no Paradela – Eco-café

- **Atividade:** Caça ao Tesouro da Páscoa – Museu Ferroviário (16h) - Inscrições
- Visita à Praia Fluvial – Quinta do Barco

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

Ponto de Interesse: Verificar a existência de Eventos / Feira do Março a Decorrer, Bares de Sever do Vouga

Domingo (Páscoa)

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h)

Oferta de um sortido de Amêndoas

Almoço no Restaurante “Casa Vitorino” – “Vitela Assada”

- Passeio de Bicicleta na Ecopista
- Visita à Cascata da Cabreia

Check-out: Mediante a Disponibilidade

21 a 25 de abril

21 de abril (sexta-feira) – Dia Mundial da Terra

Check-In com Welcome Drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

Pontos de Interesse: Verificar se existem eventos / **Feira do março** a decorrer; Bares de Sever do Vouga

22 de abril (sábado)

Pequeno Almoço buffet (7h30 às 8h)

Trajetos de Carro/Autocarro: Vougaldeias – Jardim (2h13min; A8 e A17)

- Visita ao “Jardim Buddha Eden Bacalhôa” – Quinta dos Loridos (Marcação de Visita)

Almoço: restaurante “Manjar de Óbidos”

- Visita ao Castelo de Óbidos

Jantar no Salão: Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

23 de abril (domingo)

Pequeno Almoço Buffet – (9h às 11h)

- Passeio de Bicicleta na Ecopista (Reservar)
- Passeio a Cavalo (Reservar)
- Atividade de Desporto e Natureza (Reservar)

Almoço no restaurante “Santiago”

- Café – Paradela Eco-Café
- Visita à Cascata da Cabreia

Check-out: Mediante a disponibilidade

25 de abril (Pack 1 noite) feriado

24 de Abril (Segunda)

Check-in com welcome Drink

Jantar no restaurante “Santiago” (Reserva)

Pontos de Interesse: Bares de Sever do Vouga

Bebidas Quentes e Frias (sob consulta) – Aproveitar a Vista do Terraço

Oferta do Espumante

25 de abril (terça-feira)

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h) – **Decoração com Cravos Vermelhos**

- Passeio a Cavalo (Reserva)
- Passeio de Bicicleta (Reserva)
- Atividade de desporto e Aventura (Reserva)

Piquenique na Cascata da Cabreia (Cabaz Vougaldeias)

Almoço no restaurante/Bar “Vila Café – Tapas & Drinks”

Check-Out: Mediante a disponibilidade

28 a 1 de maio

28 de abril (sexta-feira)

Check-in com Welcome Drink

Jantar no salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)

Pontos de Interesse: Verificar existência de Eventos; Bares de Sever do Vouga

Atividades Caseiras: Jogos de Tabuleiro / Estratégia

Bebidas Quentes e Frias (sob Consulta) – Aproveitar a vista do terraço

29 de abril (sábado)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

- Trilho da Pedra Moura – (Lanche de Viagem)

Almoço no restaurante “O Júnior”

- Workshop “Massagens de Relaxamento” (15h30)

Jantar no Restaurante “43 Sushi Wine-Bar” – Águeda (Reserva)

- Café no Pub “Johnny 101 Café”
- Visita à Arte Urbana da Cidade de Águeda

30 de abril (domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h)

- Atividade de Desporto e Aventura (Reserva)

Almoço: Churrasco no Voughaldeias

- Visita à Cascata da Cabreia
- Passeio de bicicleta na Ecopista (Reserva)
- Lanche no Paradela Eco-Café

Jantar no restaurante “Don Gonçalo”

1 de maio (segunda-feira) – Dia do Trabalhador (feriado)

Pequeno Almoço no Quarto

Almoço no Restaurante “Santiago”

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Visita à Casa do Artesão

- Passeio a Cavalo (Reserva)
- Passeio de Jipe (conhecer os Pontos de Interesse de Sever) - Reserva

Check-Out: Mediante a Disponibilidade.

Mês de maio

5 a 7 de maio

5 de maio (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

Pontos de Interesse: Verificar se existem eventos agendados; Mercearia Bar, Vila café – Tapas&Drinks; Paradela Eco-café; Bar Bacco;

Bebidas Quentes e Frias (Sob Consulta) – Aproveitar a vista do Terraço

Atividades Caseiras: Jogos de Tabuleiro/Estratégia

6 de maio (sábado)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

- Passeio de bicicleta na Ecopista (Reservar)
- Caminhada pelo “Trilho do Gresso”

Almoço no Restaurante “Júnior”

- Workshop de Cake Design (15h) (**Oferta de Chá – 17h**)

Jantar no Restaurante “Vila café – Tapas&Drinks”

7 de maio (domingo) – Dia da Mãe

Pequeno Almoço no Quarto “Especial dia da Mãe”

- Atividade do **Abrigo d’Aventura “Super Mama”** (grupo máximo de 2 mães – reserva Obrigatória)

Almoço no Restaurante “Santiago”

- Massagem Relaxante
- Recriação Histórica – Museu Ferroviário (15h)

Ou

Pequeno Almoço no Quarto “Especial dia da Mãe”

Trajetos de carro: Vougaldeias – Porto (1h15, A1 portagens / 1h20, A32)

- **Brunch** especial no Dia da Mãe – Crowne Plaza Porto (Custa €32, metade do valor para crianças entre os 5 e os 10 anos).
- **Programa dia da Mãe – Sea Life (Família)**
 - Atividades especiais para os mais novos – Construção da lembrança para oferecer à Mãe (11h às 18h);
 - Conhecer as Famílias do Reino do Mar;
- **Almoço** no restaurante “Portobeer” – Proposta Especial dia da Mãe (Menu custa €20 por pessoa, sem bebidas incluídas)

Check-Out: Mediante a disponibilidade

12 a 14 de maio – Centenário das Aparições em Fátima

12 de maio (sexta-feira)

Check-in com Welcome Drink

Almoço no salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (bebidas não incluídas)

13 de maio (sábado) – Vinda do Pápa a Fátima

(Lanche de Viagem)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Recinto de Fátima (1h46 com portagens A1)/ (1h57; A17)

- Visita à Exposição – “Fátima Luz e Paz” (**Local:** Edifício da Reitoria) 9h30-12h e 14h30-16h30 última entrada

Almoço no restaurante “Arcos de Fátima” (Reserva) **ou** Levar coisas para Piquenique;

- Video Mapping: Fátima – Templo Luz (21h30) (**Local:** Recinto de Oração)

Jantar no restaurante “A Grelha” (Reserva)

14 de maio (domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h)

- **Meditação:** 10h30 (3 aos 9 anos) 11h (a partir dos 10 anos): 2,5€
- Passeio de Bicicleta na Ecopista (Reserva)

Almoço “Churrasco – Vougaldeias”

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga

- Visita à Cascata da Cabreia (Cabaz Vougaldeias)

Check-Out: Mediante a disponibilidade

19 a 21 de Maio (Coimbra)

19 de maio (sexta-feira)

Check-In com welcome drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

Pontos de Interesse: Verificar se existem eventos agendados; Mercearia Bar, Vila café – Tapas&Drinks; Paradela Eco-café; Bar Bacco;

Bebidas Quentes e Frias (Sob Consulta) – Aproveitar a vista do Terraço

Atividades Caseiras: Jogos de Tabuleiro/Estratégia

20 de maio (sábado)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Coimbra (1h32; IC2)

- Visita ao Mosteiro de Santa Clara-a-Velha (4€)
- Visita à Igreja de Santa Cruz – Panteão Nacional (2.50€)

Almoçar no restaurante “As Capas Negras”

- **Programa da Universidade:** Do Paço ao Colégio (Biblioteca Joanina, Prisão Medieval e Académica, Sala de Armas*, Sala dos Capelos*, Sala do Exame Privado*, Capela de S. Miguel, Torre da Universidade) (12€)*Visita condicionada à ocupação da Sala
- **Entrada no Fado ao Centro**
 - Espectáculos de Fado de Coimbra FIXOS diários com a duração de 50 min: **18h** (10 €/entrada; Oferta de um Porto de Honra de cortesia com aperitivos);
- **Jantar** no Restaurante “Tábua da Moura” ou “Rei dos Leitões” (Reserva) - Mealhada

Outras Sugestões:

- Visita ao jardim Botânico
- Visita ao Portugal dos Pequeninos

21 de maio (domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h)

- Trilho “Cascata da Cabreia e Minas do Braçal”
- Piquenique na Cascata da Cabreia (Cabaz Vougaldeias)

Check-Out: Mediante a disponibilidade

26 a 28 de maio (Aveiro) – Festival Rádio Faneca (Ílhavo)

26 de maio (sexta-feira)

Check-In com welcome drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

Pontos de Interesse: Verificar se existem eventos agendados; Mercearia Bar, Vila café – Tapas&Drinks; Paradelas Eco-café; Bar Bacco;

Bebidas Quentes e Frias (Sob Consulta) – Aproveitar a vista do Terraço

Atividades Caseiras: Jogos de Tabuleiro/Estratégia

27 de maio (sábado)

Pequeno Almoço buffet (9h às 11h)

Trajetos de carro: Vougaldeias – Ílhavo (51min; A25 portagens)

- Visita ao Festival Rádio Faneca

Almoço no restaurante “Villa Madrid”

- Visita ao Centro de Aveiro “Passeio de Molicheiro”

Jantar no restaurante “Maré Cheia”

Ponto de Interesse: Praça do Peixe

28 de maio (domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h)

- Passeio de Bicicleta na Ecopista (Reserva)
- Visita à Praia Fluvial Quinta do Barco

Almoço: “Churrasco no Vougaldeias”

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Visita à Casa do Artesão
- Visita à Cascata da Cabreia

- Passeio no Parque Municipal
- Check-Out:** Mediante a disponibilidade

Mês de junho

(Introduzir as saladas “Vougaldeias”)

1 de junho “Dia da Criança”

2 a 4 de junho

2 de junho (sexta-feira)

Check-In com welcome Drink

Jantar no salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)

Pontos de Interesse: Verificar se existem eventos agendados; Mercearia Bar, Vila café – Tapas&Drinks; Paradela Eco-café; Bar Bacco;

Bebidas Quentes e Frias (Sob Consulta) – Aproveitar a vista do Terraço

Atividades Caseiras: Jogos de Tabuleiro/Estratégia

3 de junho (sábado)

Pequeno Almoço buffet (9h às 11h)

Atividade: Abrigo D'aventura Pack Crianças - reserva obrigatória 8 até 12 anos / grupo máx. 4 crianças.

Almoço “Churrasco na Vougaldeias”

Workshop de Dança (16h)

(Lanche Partilhado)

Jantar no restaurante “Don Gonçalo”

4 de junho (domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h)

- Trilho “Minas do Braçal e Cascata da Cabreia”
- Piquenique na cascata da Cabreia (Cabaz Vougaldeias)

Almoço no restaurante “Quinta do Barco”

- Recriação Histórica – Museu Ferroviário (15h)

Check-Out: Mediante a disponibilidade

9 a 11 de junho – Festival do Pão de Portugal (Albergaria-a-velha)

9 de junho (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

Pontos de Interesse: Verificar se existem eventos agendados; Mercearia Bar, Vila café – Tapas&Drinks; Paradela Eco-café; Bar Bacco;

Bebidas Quentes e Frias (Sob Consulta) – Aproveitar a vista do Terraço

Atividades Caseiras: Jogos de Tabuleiro/Estratégia

10 de junho (sábado) - **Consultar Programa da Feira do Pão de Portugal**

Pequeno Almoço buffet (9h às 11h)

- Rota dos Moinhos – Albergaria-a-Velha

Almoço no restaurante “O Pouso do Rei”

- Visita à Feira do Pão de Portugal

Jantar no restaurante “O Júnior”

- Atividade de Desporto e Natureza (Canoagem) – Reservar

Jantar no Restaurante “Santiago”

- Sessão de Relaxamento no spa Vougaldeias

9 de julho (domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

Meditação: 10h30 (3 aos 9 anos) 11h (a partir dos 10 anos): 2,5€

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga

Almoço no Restaurante “O Cortiço”

- Passeio de Jipe (Pontos de Interesse de Sever Vouga – Cascata) – Piquenique (Cabaz Vougaldeias)

Check-Out: Mediante a disponibilidade

14 a 16 de julho – Festival Mariolas a decorrer

Consultar Programa Mariolas

14 de julho (sexta-feira)

Check-In com welcome Drink

Jantar no salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)

Pontos de Interesse: Verificar se existem eventos agendados; Mercearia Bar, Vila café –

Tapas&Drinks; Paradela Eco-café; Bar Bacco;

- Bebidas Quentes e Frias (Sob Consulta) – Aproveitar a vista do Terraço

Atividades Caseiras: Jogos de Tabuleiro/Estratégia

- Acesso ao Spa

15 de julho (sábado)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Praia da Costa Nova (55min)

- Roteiro da Costa Nova
- Visita ao Farol da Barra

Almoçar no restaurante Marisqueira “Duna do Meio”

Ou

Almoçar no restaurante “O Júnior”

- Fazer a Rota da Água e da Pedra “Montanhas Mágicas”
- Sessão de Relaxamento no Spa Vougaldeias

Jantar no restaurante “Santiago”

16 de julho (domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h)

- Acesso à Piscina e Ginásio
- Passeio de Bicicleta na Ecopista
- Visita à Cascata da Cabreia (Piquenique)
- Passeio a Cavalo – Abrigo D’aventura

Check-out: Mediante a disponibilidade

21 a 23 de julho – Fica Vouga

21 de julho (sexta-feira)

Check-In com welcome Drink

Jantar no salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)

Pontos de Interesse: Verificar se existem outros eventos agendados; Mercearia Bar, Vila café – Tapas&Drinks; Paradela Eco-café; Bar Bacco;

- Bebidas Quentes e Frias (Sob Consulta) – Aproveitar a vista do Terraço

Atividades Caseiras: Jogos de Tabuleiro/Estratégia

22 de julho (sábado)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

- Passeio de Jipe (Pontos de Interesse de Sever Vouga – Cascata) – Piquenique (Cabaz Vougaldeias)
- Acesso à Piscina e Ginásio

Almoço no restaurante “Quinta do Barco”

- Visita à Praia Fluvial “Quinta do Barco”
- Passeio de Bicicleta na Ecopista (Reserva)

Jantar no “Vila Café – Tapas & Drinks”

- Ída ao FicaVouga

23 de julho (domingo)

Pequeno Almoço buffet (9h30 às 11h)

Sessão de Pilates no Ginásio Vougaldeias

Almoço: Churrasco Vougaldeias

- Acesso à Piscina
- Fazer o Trilho das Minas do Braçal e Cascata da Cabreia

Check-out: Mediante a disponibilidade

28 a 30 de julho – Feira Medieval (Santa Maria da Feira) e Expofacic (Cantanhede)

Consultar Programa da Feira Medieval e Expofacic

Verificar se é o fim de semana do Surf Fest da Vagueira (Casablanca)

28 de julho (sexta-feira)

Check-In com welcome Drink

Jantar no salão: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não incluídas)

Pontos de Interesse: Verificar se existem eventos agendados; Mercaria Bar, Vila café – Tapas&Drinks; Paradel Eco-café; Bar Bacco;

- Bebidas Quentes e Frias (Sob Consulta) – Aproveitar a vista do Terraço

Atividades Caseiras: Jogos de Tabuleiro/Estratégia

29 de julho (sábado)

Pequeno Almoço Buffet (9h às 11h)

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Visita à Casa do Artesão

Almoço no restaurante “O Vitorino”

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Castelo de Santa Maria da Feira (1h9min; N328 e IC2)

- Visita ao Castelo de Santa Maria da Feira
- Entrada na Viagem Medieval em Terras de Santa Maria (**Ver preço do bilhete do espetáculo - Privado**)

30 de julho (domingo)

Pequeno Almoço Buffet (9h30 às 11h)

- Passeio de Bicicleta na Ecopista
- Passeio a Cavalos – Abrigo d’aventura

Almoço no salão Vougaldeias: Sopa, Prato Principal, Sobremesa (Bebidas não Incluídas)

- Acesso à Piscina, Ginásio e Spa

Trajetos de Carro: Vougaldeias – Expofacic (1h27min; N333)

- Ida à Expofacic

Check-out: Mediante a disponibilidade

Mês de agosto

Pack 5 cidades

4 a 6 de agosto

4 de agosto (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Vougaldeias

- Ída ao FicaVouga

5 de agosto (sábado)

Pequeno almoço buffet

- Visita ao Farol da Barra
- Roteiro da Costa Nova
- Entrada no “Ria a Gosto” – Almoço
- Visita ao navio-museu Santo André
- Passeio de Moliceiro
- Visita à Feira Medieval – Entrada

6 de agosto (domingo)

Pequeno almoço buffet

- Acesso às infraestruturas Vougaldeias

Almoço no restaurante “Santiago”

- Passeio na Ecopista
- Visita à cascata da Cabreia

Piquenine (Cabaz Vougaldeias)

- Visita à Expofacil

Check-out – Mediante a disponibilidade

11 a 13 de agosto

11 de agosto (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Vougaldeias

- Rota nos bares de Sever do Vouga (oferta de 1 shot e uma bebida por bar)

12 de agosto (sábado)

Pequeno Almoço buffet

- Acesso às infraestruturas Vougaldeias

Almoço no restaurante “O Júnior”

- Workshop de Zumba
- Acesso ao Spa do Vougaldeias

Jantar no restaurante “Santiago”

13 de agosto (domingo)

Pequeno Almoço buffet

- Atividade de meditação (reserva)
- Passeio de Bicicleta na Ecopista (Reserva)
- Acesso às infraestruturas do Vougaldeias

Almoço “Churrasco no Vougaldeias”

- Passeio a Cavalo (Reserva Abrigo d’aventura)

ou

- Fazer um trilho à escolha

Check-out: Mediante a disponibilidade

Pack 1 Noite 14/15 de agosto - feriado (seg/ter)

Check-in com welcome drink

Jantar no Vougaldeias

15 de agosto (terça-feira)

Pequeno Almoço Buffet

- Atividade de Orientação

Almoço no Restaurante “Santiago”

- Acesso à piscina Vougaldeias
- Acesso ao *Spa* Vougaldeias

Check-out: Mediante a disponibilidade

18 a 20 de agosto (Pack Aveiro)

18 de agosto (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Vougaldeias

- Explorar os bares de Sever do Vouga (sugerir alguns)

19 de agosto (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

Programa Fábrica do Doce (Reservar)

Almoço no Festival do Bacalhau

- Roteiro Costa Nova
- Bilhetes para a Beach Party da Barra

20 de agosto (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Passeio de bicicleta na Ecopista
- Acesso às infraestruturas Vougaldeias

Almoço no Restaurante “Manjar da Pedra”

- Visita à Romaria da Urgueira

Check-out: Mediante a disponibilidade

25 a 27 de agosto

25 de agosto (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Vougaldeias

- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias
- Explorar bares de Sever do Vouga

26 de agosto (sábado)

- Pequeno Almoço Buffet
- Atividade de Aventura (Reserva)
- Passeio a Cavalo (Reserva em Abrigo d’Aventura)

Churrasco no Vougaldeias

- Passeio de Bicicleta na Ecopista
- Visita à Cascata da Cabreia

Jantar no Restaurante “Santiago”

27 de agosto (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Percurso pedestre

Almoço no restaurante “Casa Vitorino”

- Visita ao Museu Municipal
- Café na estação de Paradela
- Visita à Praia Fluvial Quinta do Barco

Check-out: Mediante a disponibilidade.

Mês de setembro (Desfolhada)

1 a 3 de setembro - **Pack Gastronómico e Águeda**

1 de Setembro (sexta-feira)

Check-in com Welcome Drink

Jantar no Vougaldeias

- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias
- Utilização de Jogos de Estratégia
- Explorar Bares de Sever do Vouga

2 de setembro (sábado)

- Pequeno Almoço Buffet
- Passeio no Vouguinha
- Visita ao Museu Dionísio Pinheiro - Águeda (Reserva)
- Visita ao Parque Alta Vila

Almoço no restaurante “Telhas e Canecos”

- Visita à Arte Urbana da Cidade de Águeda
- Entrada na Festa do Leitão e Reserva no Restaurante (Reservar)

3 de setembro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Visita à Cascata da Cabreia

Piquenique (Cabaz Vougaldeias)

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Visita à Casa do Artesão

Almoço no restaurante “Santiago”

- Café na Estação de Paradela
- Assistir à recriação histórica do Museu Ferroviário de Macinhata do Vouga
- Passeio de Bicicleta na Ecopista (Reserva)

Check-out: Mediante a disponibilidade

8 a 10 de setembro

8 de setembro (sexta-feira)

Check-in com Welcome Drink

Jantar no Vougaldeias

- Acesso às infraestruturas Vougaldeias
- Utilização da Sala de Jogos de Estratégia

9 de setembro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Workshop “Birdwathling”

Almoço no restaurante “O Júnior”

- Fazer Percurso Pedestre e visita à cascata da cabreia
- Sessão de Relaxamento no Spa

Jantar no restaurante “Casa Vitorino”

- Explorar os bares de Sever do Vouga

10 de setembro

Pequeno Almoço Buffet

- Atividade de Birdwatching
- Sessão de Meditação (Reserva)

Almoço no restaurante “Quinta do Barco”

- Passeio de Bicicleta na Ecopista (Reservar)

Check-out: Mediante a disponibilidade

15 a 17 de setembro

15 de setembro

Check-in com Welcome Drink

Jantar no Vougaldeias

- Explorar os Bares de Sever do Vouga (Roteiro das tascas)

16 de setembro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias
- Passeio de Bicicleta na Ecopista

Almoço no restaurante “O Júnior”

- Atividade da desfolhada

Churrasco no Vougaldeias

17 de setembro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Passeio a Cavalo (Reserva Abrigo d’aventura)

Almoço no restaurante “Santiago”

- Café na Estação de Paradela
- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Visita à Casa do Artesão

Check-out: Mediante a disponibilidade

22 a 24 de Setembro

22 de setembro (sexta-feira)

Check-in com Welcome drink

Jantar no Vougaldeias

- Explorar bares de Sever do Vouga (Rota das tascas)

23 de setembro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Atividade de Pilates

Churrasco no Vougaldeias

- Percorso Pedestre
- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias

Jantar no restaurante “O Cortiço”

24 de setembro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Passeio de Jipe (Reservar)

Piquenique na Cascata da Cabreia (Cabaz Vougaldeias)

Almoço no restaurante “Quinta do Barco”

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Passeio de Bicicleta na Ecopista (Reservar)

Check-out: Mediante a disponibilidade

29 de setembro a 1 de outubro

29 de setembro (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Vougaldeias

- Explorar os Bares de Sever do Vouga
- Acesso às infraestruturas do Vougaldeias

30 de setembro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias
- Sessão de Pilates

Almoço no Restaurante “Quinta do Barco”

- Passeio de Bicicleta na Ecopista
- Visita à cascata da Cabreia
- Piquenique (Cabaz Vougaldeias)

Jantar no restaurante “Dom Gonçalo”

1 de outubro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Passeio a Cavalo (Reserva abrigo d’aventura)

Churrasco no Vougaldeias

- Atividade de Aventura (Reserva)
- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga

Check-out: Mediante a disponibilidade.

Mês de outubro

1 de outubro (domingo)

- Passeio a Cavalo (Reserva abrigo d’aventura)

Churrasco no Vougaldeias

- Atividade de Aventura (Reserva)
- Assistir à Recriação Histórica do Museu Ferroviário

Check-out: Mediante a disponibilidade

5 de outubro - feriado (Pack Relaxamento)

4 de outubro (quarta-feira)

Check-in com Welcome Drink

Jantar no Vougaldeias

- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias

5 de outubro (quinta-feira)

Pequeno Almoço Buffet

- Passeio de bicicleta na Ecopista
- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias

Almoçar no restaurante “Santiago”

- Visita à Cascata da Cabreia
- Piquenique (Cabaz Vougaldeias)
- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Visita à Casa do Artesão

Check-out: Mediante a disponibilidade

6 a 8 de outubro

6 de outubro (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Vougaldeias

- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias

7 de outubro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Percurso Pedestre
- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias

Churrasco Vougaldeias

- Atividade de Aventura (Reserva)
- Passeio de Bicicleta na Ecopista

Jantar no Restaurante “Quinta do Barco”

- Explorar os bares de Sever de Vouga

8 de outubro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Meditação (Marcação)
- Visita à Cascata da Cabreia

Piquenique (Cabaz Vougaldeias)

- Visita ao Museu Ferroviário de Macinhata do Vouga

Check-out: Mediante a disponibilidade

13 a 15 de outubro

13 de outubro (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar Vougaldeias

- Acesso às infraestruturas Vougaldeias
- Explorar os Bares de Sever do Vouga (Roteiro)

14 de outubro (sábado)

Pequeno Almoço buffet

- Tour por sever do vouga

Almoço no restaurante “O Júnior”

- Oficina – Produção Caseira de Cogumelos (Living Place)
- Sessão de Spa

Jantar no restaurante “Santiago”

15 de outubro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Percurso Pedestre
- Visita à cascata da Cabreia

Piquenique (Cabaz Vougaldeias)

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Passeio a cavalo (Reserva Abrigo d’aventura)

Lanche no “Villa Café Tapas & Drinks”

Check-out: Mediante a disponibilidade

20 a 22 de outubro

20 de outubro (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Vougaldeias

- Acesso às Infraestruturas do Vougaldeias

21 de outubro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Workshop de Fotografia
- Atividade de *Geocaching*

Almoço no restaurante “O Júnior”

- Passeio Fotográfico – “Cores de Outono”
- Visita à cascata da Cabreia

Piquenique (Cabaz Vougaldeias)

Jantar no restaurante “Santiago”

22 de outubro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Sessão de Relaxamento no Spa Vougaldeias

Churrasco no Vougaldeias

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga

- Café na Estação de Paradela
- Passeio de Bicicleta na Ecopista

Check-out: Mediante a disponibilidade

27 a 29 de outubro

27 de outubro (sexta-feira)

Check-in com Welcome Drink

Jantar no restaurante “O Júnior”

- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias
- Explorar Bares de Sever do Vouga (Roteiro)

28 de outubro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Passeio de bicicleta na Ecopista

Churrasco no Vougaldeias

- Atividade de Halloween
- Acesso às infraestruturas Vougaldeias

Jantar no restaurante “Don Gonçalo”

29 de outubro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Percurso Pedestre
- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Visita à Casa do Artesão

Almoço no Restaurante “Quinta do Barco”

Café na Estação de Paradela

- Passeio a cavalo (Reserva Abrigo d’aventura)

Check-out: Mediante a disponibilidade

31 de outubro – terça-feira (Dia das Bruxas) – Pack 1 noite

Check-In com welcome drink

Jantar Vougaldeias “Halloween”

- Explorar festas de Halloween de Sever do Vouga
- Acesso às infraestruturas Vougaldeias

1 de novembro (quarta-feira)

Pequeno Almoço Buffet

- Atividade de aventura (Reservar)
- Visita à Cascata da Cabreia

Piquenique (Cabaz Vougaldeias)

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Café na Estação de Paradela

Check-out: Mediante a disponibilidade

Mês de novembro

3 a 5 de novembro (Get Cozy)

3 de novembro (sexta-feira)

Check-in com welcome Drink

Jantar no Vougaldeias

- Acesso a Infraestruturas Vougaldeias
- Disponibilidade de Bebidas Quentes

4 de novembro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Visita à Casa do Artesão

Almoço no restaurante “Casa Vitorino”

Café na Estação de Paradela

- Visita à Quinta do Barco

Jantar no restaurante “O Júnior”

- Explorar os bares de Sever do Vouga

5 de novembro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Passeio de bicicleta na Ecopista

Churrasco Vougaldeias

- Assistir à recreação histórica do museu ferroviário de Macinhata do Vouga

Check-out: Mediante a disponibilidade

10 a 12 de novembro (**Pack - S. Martinho**)

10 de novembro (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar Vougaldeias

Acesso às infraestruturas Vougaldeias

11 de novembro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Percurso Pedestre
- Apanha das Castanhas

Almoço no restaurante “O Júnior”

Café na Estação de Paradelas

- Passeio a Cavalo (Reserva Abrigo d’aventura)
- Atividade Magusto

Jantar no restaurante “Santiago”

12 de novembro (domingo)

Pequeno almoço buffet

- Meditação (Marcação)
- Visita à cascata da Cabreira

Piquenique (Cabaz Vougaldeias)

- Passeio de bicicleta na Ecopista

Check-out: Mediante a disponibilidade

17 a 19 de novembro

17 de novembro (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar Vougaldeias

- Atividade “Jogos à Lareira - Estratégia”

18 de novembro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Percurso Pedestre

Almoço no restaurante “O Júnior”

- Workshop de Plantas Comestíveis

Jantar no “Villa Café Tapas & Drinks”

19 de novembro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Acesso às infraestruturas Vougaldeias

- Passeio de Jipe (Reservar)
- Visita à Cascata da Cabreia

Piquenique (Cabaz Vougaldeias)

- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Café na Estação de Paradela

Check-out: Mediante a disponibilidade

24 a 26 de novembro

24 de novembro (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Vougaldeias

- Serão à lareira

25 de novembro (sábado)

Pequeno almoço buffet

- Acesso às infraestruturas Vougaldeias

Almoço no restaurante “O Júnior”

- Workshop – BioNatal “Oficinas de Natal Sustentável” – Associação Bioliving

Jantar no restaurante “Dom Gonçalo”

- Café no Villa Café Tapas & Drinks

26 de novembro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Visita à Cascata da Cabreia
- Passeio na Ecopista
- Café na Estação de Paradela
- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga

Check-out: Mediante a disponibilidade

Mês de dezembro

1 a 3 de dezembro

1 de dezembro (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Vougaldeias

2 de dezembro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Acesso às infraestruturas Vougaldeias

Almoço no restaurante “O Júnior”

- Workshop – BioNatal “Oficinas de Natal Sustentável” – Associação Bioliving

Jantar no restaurante “Villa Café Tapas & Drinks”

3 de dezembro (domingo)

Pequeno almoço buffet

- Passeio a Cavalo (Reserva Abrigo d’aventura)

Almoço no restaurante “Quinta do Barco”

- Recriação histórica – Museu Ferroviário de Macinhata do Vouga

Check-out: Mediante a disponibilidade

7 a 10 de dezembro

7 de dezembro (quinta-feira)

Check-in com Welcome drink

Jantar no Vougaldeias

- Serão à Lareira

8 de dezembro (sexta-feira)

Pequeno Almoço Buffet

- Percurso Pedestre

Churrasco no Vougaldeias

- Acesso às infraestruturas Vougaldeias
- Café na Estação de Paradela
- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga

Jantar no restaurante “Santiago”

9 de dezembro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Passeio de Jipe (Reservar)
- Visita à Cascata da Cabreia

Almoço no restaurante “Casa Vitorino”

- Visita à casa do Artesão
- Workshop – Doces de Natal

Jantar no restaurante “Manjar da Pedra”

- Visita ao Pai Natal Gigante em Águeda

- Café no Johnny 101 Café

10 de dezembro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Meditação (Marcação)
- Acesso às infraestruturas Vougaldeias

Almoço no restaurante “Quinta do Barco”

- Passeio a Cavalo (Reserva Abrigo d’aventura)
- Café na Estação de Paradela

Check-out: Mediante a disponibilidade

15 a 17 de dezembro

15 de dezembro (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Vougaldeias

- Serão à Lareira com bebidas Quentes e Jogos

16 de dezembro (sábado)

Pequeno Almoço buffet

- Passeio de Jipe (Reserva)
- Visita à Cascata da Cabreia

Piquenique (Cabaz Vougaldeias)

- Café no Parque Municipal de Sever do Vouga
- Visita à Biblioteca Municipal de Sever do Vouga
- Visita ao Museu Municipal de Sever do Vouga
- Visita à Casa do Artesão

Jantar no restaurante “Santiago”

- Café no “Villa Café Tapas & Drinks”

17 de dezembro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Visita ao Natal no Vale Mágico (Vale de Cambra)

Almoço no restaurante “Quinta do Barco”

Café na Estação de Paradela

- Passeio de Bicicleta na Ecopista

Check-out: Mediante a disponibilidade

22 a 25 de dezembro (**Oferta de Bolo Rei e Licor de Mirtilo**)

22 de dezembro (sexta-feira)

Check-in com welcome drink

Jantar no Vougaldeias

- Serão à Lareira com Bebidas Quentes e Jogos
- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias

23 de dezembro (sábado)

Pequeno Almoço Buffet

- Atividade à escolha (Reserva)
- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias

Almoço no restaurante “Quinta do Barco”

- Visita à Árvore Gigante de Aveiro (Decoração de Natal)

Lanche no “Zeca Aveiro”

Jantar no restaurante “Villa Café Tapas & Drinks”

24 de dezembro (domingo)

Pequeno Almoço Buffet

- Acesso às Infraestruturas Vougaldeias
- Passeio de bicicleta na ecopista (Reservar)

Almoço no restaurante “Casa Vitorino”

- Visita à Cascata da Cabreia
- Piquenique (Cabaz Vougaldeias)

Jantar no restaurante “Santiago”

Check-out: Mediante a disponibilidade

29 a 31 de dezembro

Pack Grupo Passagem do Ano’17 – nº de Pessoas ()

- Oferta de Espumante e Passas de Boas-vindas
- Aluguer do Salão
- Pequeno Almoço Buffet

Sugestões: Réveillon “O Júnior” – 22h30 às 6h – Bar Aberto e Buffet Variados ou **Jantar** Vougaldeias

- Aluguer de Jogos de Estratégia

Locais a Visitar:

- Ecopista (fazemos aluguer de bicicletas);
- Cascata da Cabreia
- Trilhos Pedestres de Sever
- Museu Municipal
- Atividades de Aventura (c/ Reserva)
- Passeio a Cavalo (Reserva)
- Passeio de Jipe (Reserva)

Apêndice N - Calendarização de Atividades

Apêndice N - Calendarização de Atividades						
2017 Calendário						
Mês	Dia da Semana	Data	Atividade	Sugestões	Noites	
Janeiro	Dom	01/01/17	Passagem de Ano		2	
Janeiro	Seg	02/01/17				
Janeiro	Ter	03/01/17				
Janeiro	Qua	04/01/17				
Janeiro	Qui	05/01/17	Estreia do Filme - Ovelhas e os Lobos (Ver em Família)			
Janeiro	Sex	06/01/17	Festas em Honra de S. Gonçálinho e Concerto de Reis - Musical Maneiras no Estábulo (Teatro Aveirense) - 19h30		2	
Janeiro	Sab	07/01/17	EGO hic est hommo (16h) e Café concerto - She is a girl CAESV 22h ou Amor electro (Festas de S. Gonçálinho)			
Janeiro	Dom	08/01/17				
Janeiro	Seg	09/01/17				
Janeiro	Ter	10/01/17				
Janeiro	Qua	11/01/17	Visita ao Farol da Barra - Gratuita			
Janeiro	Qui	12/01/17	Broken Sidewalk (Teatro Aveirense) - 21h30	Semana da Chanfana - 12 - 22 de Jan (Coimbra)		
Janeiro	Sex	13/01/17	Feira de Ilhavo e GOD com Joaquim Monchique (Águeda) - 22h	Pack 2 Cidades (Águeda e Sever do Vouga)	2	
Janeiro	Sab	14/01/17	Fado - Gisela João (CAESV) - 22h ou As Criadas (Teatro Aveirense) - 21h30			
Janeiro	Dom	15/01/17				
Janeiro	Seg	16/01/17				
Janeiro	Ter	17/01/17				
Janeiro	Qua	18/01/17	Fitur - Madrid			
Janeiro	Qui	19/01/17	Embarcação do Inferno (Teatro Aveirense) - 10h30	Pack Familiar		
Janeiro	Sex	20/01/17	Embarcação do Inferno - 14h30	Pack 2 Cidades (Sever do Vouga, Aveiro)	2	

Janeiro	Sab	21/01/17	Teatro para bebés e famílias Ninhos 11h CAESV / Exposição Ternerate de Ana Linhares de 21 a 29 Jan Aurea em Cine-Teatro de Estarreja Bilhetes: 12,50€	Semana da Chanfana - 12 - 22 de Jan (Coimbra)	
Janeiro	Dom	22/01/17	Larasati, ou canções de adormecer as estrelas (teatro Aveirense) - 10h / 11h		
Janeiro	Seg	23/01/17	Dia Mundial da Escrita à Mão		
Janeiro	Ter	24/01/17			
Janeiro	Qua	25/01/17	Visita ao Farol da Barra - Gratuito		
Janeiro	Qui	26/01/17			
Janeiro	Sex	27/01/17	Luisa Sobral (Teatro Aveirense) - 21h30 Bilhetes: 10 euros	Aveiro e Sever do Vouga	2
Janeiro	Sab	28/01/17	Filho da Treta (Teatro Aveirense) - 21h30		
Janeiro	Dom	29/01/17	Cinema de Animação Canção do Mar 15h CAESV		
Janeiro	Seg	30/01/17			
Janeiro	Ter	31/01/17	Dia Mundial do Mágico		
Fevereiro	Qua	01/02/17			
Fevereiro	Qui	02/02/17	Dia Mundial das Zonas Húmidas		
Fevereiro	Sex	03/02/17	Alter Ego Music Sessions Peixe- Avião CAESV 22h	Pack 3 Cidades: (Sever,Coimbra e Porto) em Promoção	2
Fevereiro	Sab	04/02/17	Alter Ego Music Sessions Captain boy 22h CAESV Dia Mundial da Luta Contra o Cancro / Adriana Calcanhotto (Coimbra)- Teatro Académico de Gil Vicente Bilhete:22€ e Coliseu do Porto: Deolinda (21h30)	Verificar se existe caminhada - luta contra o cancro	
Fevereiro	Dom	05/02/17	Recriação Histórica Museu Ferroviário Macinhata do Vouga		
Fevereiro	Seg	06/02/17			
Fevereiro	Ter	07/02/17			

Fevereiro	Qua	08/02/17			
Fevereiro	Qui	09/02/17			
Fevereiro	Sex	10/02/17	Alter Ego Music Sessions You can't win charlie brown 22h CAESV	Pack 2 Cidades (Sever do Vouga, Aveiro)	2
Fevereiro	Sab	11/02/17	Alter Ego Music Sessions Old Jerusalem 22h CAESV ou Jorge Palma - Teatro Aveirense Bilhete: 12.5€ e Eclipse Lunar	Ver Eclipse Lunar do Terraço Vougaldeias	
Fevereiro	Dom	12/02/17	Meditação		
Fevereiro	Seg	13/02/17			
Fevereiro	Ter	14/02/17	Dia dos Namorados - Pack 1 noite romântica	Pack Romance	1
Fevereiro	Qua	15/02/17			
Fevereiro	Qui	16/02/17			
Fevereiro	Sex	17/02/17		Pack Romance (2 noites)	2
Fevereiro	Sab	18/02/17			
Fevereiro	Dom	19/02/17	Cinema de Animação Uma aventura no Jurrásico 15h CAESV		
Fevereiro	Seg	20/02/17			
Fevereiro	Ter	21/02/17			
Fevereiro	Qua	22/02/17	Dia do Pensamento		
Fevereiro	Qui	23/02/17			
Fevereiro	Sex	24/02/17			2
Fevereiro	Sab	25/02/17			
Fevereiro	Dom	26/02/17	Romaria Santa Eufémia (Vide - Talhadas), Dança Cair de Victor Hugo Pontes 15h CAESV		
Fevereiro	Seg	27/02/17	Pack 1 noite	Procurar a existência de Festas de Carnaval por perto	1
Fevereiro	Ter	28/02/17	Carnaval - Feriado		
Março	Qua	01/03/17			
Março	Qui	02/03/17	Ciclo Cinema Documentários Pov Inventod - Eco cos di cap verd 21h30 CAESV		
Março	Sex	03/03/17	Cinema Documentários A Beira da Europa 21h30 CAESV	Sever do Vouga e Aveiro	2

Março	Sab	04/03/17	Café Concerto Rádio Bandido 22h CAESV e Atividade de Aventura (Reserva)		
Março	Dom	05/03/17	Recriação Histórica - Museu Ferroviário e Teatro Aveirense - António Azambujo canta chico (21h30)		
Março	Seg	06/03/17			
Março	Ter	07/03/17			
Março	Qua	08/03/17	Dia da Mulher - Jantar das Mulheres no Vougaldeias		1
Março	Qui	09/03/17			
Março	Sex	10/03/17	Universidade de Aveiro - Rui Sinel de Cordes – Humor Negro (22h – 23h) – 12€	Promoção - Estada em desconto para o Feminino	
Março	Sab	11/03/17			2
Março	Dom	12/03/17	Rota da Lampreia e da Vitela'17 e Meditação		
Março	Seg	13/03/17			
Março	Ter	14/03/17			
Março	Qua	15/03/17	BTL - Lisboa		
Março	Qui	16/03/17			
Março	Sex	17/03/17	Rota da Lampreia e da Vitela'17	Pack dia do Pai	2
Março	Sab	18/03/17			
Março	Dom	19/03/17	Cinema de Animação Robison Crusoe 15h CAESV	Dia do Pai	
Março	Seg	20/03/17			
Março	Ter	21/03/17			
Março	Qua	22/03/17			
Março	Qui	23/03/17			
Março	Sex	24/03/17		Promoção: Desconto no Masculino	2
Março	Sab	25/03/17	Teatro Força Humana, a partir de os Lusíadas 22h CAESV	Rota das Padeiras - 25 a 27 de Março	
Março	Dom	26/03/17	Dia da Árvore - Passeio de Jipe ou Passeio a Cavalo	Início da Feira do Março	
Março	Seg	27/03/17		Plante Amor - Living Place (Animação Turística)	
Março	Ter	28/03/17			

Março	Qua	29/03/17			
Março	Qui	30/03/17			
Março	Sex	31/03/17		Exponor - Venda/Exposição Internacional de Orquideas do Porto 31 de Março - 2 de Abril	2
Abril	Sab	01/04/17	Dia das Mentiras		
Abril	Dom	02/04/17	Recriação Histórica Museu Ferroviário Macinhata do Vouga		
Abril	Seg	03/04/17			
Abril	Ter	04/04/17			
Abril	Qua	05/04/17			
Abril	Qui	06/04/17			
Abril	Sex	07/04/17	Dia Nacional dos Moinhos - Trilho dos Moinhos	Decoração de Páscoa	
Abril	Sab	08/04/17		Visita ao Centro Interpretativo do Milho Antigo (Macieira de Alcôba)	
Abril	Dom	09/04/17	Meditação 10h30 (3 aos 9 anos) 11h (a partir dos 10 anos): 2,5€		
Abril	Seg	10/04/17			
Abril	Ter	11/04/17			
Abril	Qua	12/04/17			
Abril	Qui	13/04/17		Pack da Páscoa	
Abril	Sex	14/04/17	Feriado - Semana Santa de Braga	Oferta de sortido de Amêndoas	2
Abril	Sab	15/04/17	Atividade: Caça ao Tesouro da Páscoa - Museu Ferroviário (16h) - inscrições		
Abril	Dom	16/04/17	Páscoa		
Abril	Seg	17/04/17			
Abril	Ter	18/04/17			
Abril	Qua	19/04/17			
Abril	Qui	20/04/17			
Abril	Sex	21/04/17	Dia Mundial da Terra	Visita ao Jardim Buddha Eden - Bacalhôa	
Abril	Sab	22/04/17			
Abril	Dom	23/04/17	Visita à Feira do Março		
Abril	Seg	24/04/17			1
Abril	Ter	25/04/17	Feriado - Dia da Liberdade	Fim da Feira do Março	

Maio	Sab	27/05/17		
Maio	Dom	28/05/17		
Maio	Seg	29/05/17		
Maio	Ter	30/05/17		
Maio	Qua	31/05/17		
Junho	Qui	01/06/17	Dia Mundial da Criança	
Junho	Sex	02/06/17	Workshop de Dança (Oferta de Balões)	2
Junho	Sab	03/06/17		
Junho	Dom	04/06/17	Recriação Histórica Museu Ferroviário Macinhata do Vouga	
Junho	Seg	05/06/17	Dia Mundial do Ambiente	
Junho	Ter	06/06/17		
Junho	Qua	07/06/17		
Junho	Qui	08/06/17		
Junho	Sex	09/06/17	Festival do Pão de Portugal (Albergaria-a-Velha)	2
Junho	Sab	10/06/17	Dia de Portugal	
Junho	Dom	11/06/17	Meditação 10h30 (3 aos 9 anos) 11h (a partir dos 10 anos): 2,5€	
Junho	Seg	12/06/17		
Junho	Ter	13/06/17	Dia de Santo António	
Junho	Qua	14/06/17		
Junho	Qui	15/06/17	Feriado - Corpo de Deus	1
Junho	Sex	16/06/17		
Junho	Sab	17/06/17	Início da Feira do Vinho e da Vinha (Anadia)	2
Junho	Dom	18/06/17		
Junho	Seg	19/06/17		
Junho	Ter	20/06/17		
Junho	Qua	21/06/17		
Junho	Qui	22/06/17		
Junho	Sex	23/06/17	Festa de S.João do Porto e Feira do Mirtilo	Pack OPorto ou Pack Vougaldeias 2
Junho	Sab	24/06/17	Dia de S. João	Atividade - Apanha do Mirtilo (Inscrição : 3 €) preço por kg: €
Junho	Dom	25/06/17	Fim da Feira do Vinho e da Vinha e Início da Feira do Mirtilo	
Junho	Seg	26/06/17		
Junho	Ter	27/06/17		
Junho	Qua	28/06/17		

Abril	Qua	26/04/17		Oferta de Cravos Vermelhos ao Pequeno Almoço	
Abril	Qui	27/04/17			
Abril	Sex	28/04/17		Pack Relaxamento + 1 Pack à escolha	3
Abril	Sab	29/04/17			
Abril	Dom	30/04/17			
Maio	Seg	01/05/17	Feriado - Dia Do Trabalhador		
Maio	Ter	02/05/17			
Maio	Qua	03/05/17			
Maio	Qui	04/05/17			
Maio	Sex	05/05/17		Buffet Especial Dia da Mãe	2
Maio	Sab	06/05/17		Atividade de Cake Design	
Maio	Dom	07/05/17	Dia da Mãe e Recriação Histórica - Museu Ferroviário		
Maio	Seg	08/05/17			
Maio	Ter	09/05/17	Dia Mundial da Europa		
Maio	Qua	10/05/17			
Maio	Qui	11/05/17		Centenário das Aparições de Fátima	
Maio	Sex	12/05/17	Exposição - Fátima Luz e Paz (Edifício da Reitoria) Ter. a Sáb. (9h-12h e 14h30-16h30 última entrada)	Video Mapping: Fátima - templo de Luz sex (23h30)sab (21h30) Dom (21h30) - Local: Recinto de oração	2
Maio	Sab	13/05/17	Excursão a Fátima	Vinda do Papa	
Maio	Dom	14/05/17	Meditação 10h30 (3 aos 9 anos) 11h (a partir dos 10 anos): 2,5€		
Maio	Seg	15/05/17			
Maio	Ter	16/05/17			
Maio	Qua	17/05/17			
Maio	Qui	18/05/17			
Maio	Sex	19/05/17	Pack Coimbra		2
Maio	Sab	20/05/17			
Maio	Dom	21/05/17			
Maio	Seg	22/05/17			
Maio	Ter	23/05/17			
Maio	Qua	24/05/17			
Maio	Qui	25/05/17			
Maio	Sex	26/05/17	Festival Rádio Fmeca (Centro Cultural de Ílhavo) - Aveiro		2

Junho	Qui	29/06/17	Dia de S. Pedro - Sardinhada dos Santos Populares (Lisboa)		
Junho	Sex	30/06/17			2
Julho	Sab	01/07/17	AgitÁgueda 17	Pack Águeda	
Julho	Dom	02/07/17	Recriação Histórica Museu Ferroviário Macinhata do Vouga		
Julho	Seg	03/07/17			
Julho	Ter	04/07/17			
Julho	Qua	05/07/17			
Julho	Qui	06/07/17			
Julho	Sex	07/07/17			2
Julho	Sab	08/07/17	Festival Marolas - Ilhavo	Pack Aveiro	
Julho	Dom	09/07/17	Meditação 10h30 (3 aos 9 anos) 11h (a partir dos 10 anos): 2,5€	Roteiro Praia da Costa Nova	
Julho	Seg	10/07/17		Visita ao Farol da Barra	
Julho	Ter	11/07/17			
Julho	Qua	12/07/17			
Julho	Qui	13/07/17			
Julho	Sex	14/07/17	Rota da Pedra e da água "Montanhas Mágicas"	Pack Montanhas Mágicas	2
Julho	Sab	15/07/17			
Julho	Dom	16/07/17			
Julho	Seg	17/07/17			
Julho	Ter	18/07/17			
Julho	Qua	19/07/17			
Julho	Qui	20/07/17			
Julho	Sex	21/07/17			2
Julho	Sab	22/07/17	FicaVouga'17	Sever do Vouga e Aveiro	
Julho	Dom	23/07/17	Fim do Festival das Mariolas		
Julho	Seg	24/07/17			
Julho	Ter	25/07/17			
Julho	Qua	26/07/17	Dia Nacional dos Avós		
Julho	Qui	27/07/17	Viagem Medieval em Terras de Santa Maria da Feira	Sever do Vouga e Aveiro	
Julho	Sex	28/07/17	Início da Expofacil'17 (Cantanhede)		2
Julho	Sab	29/07/17			
Julho	Dom	30/07/17	Surf Fest Vagueira'17 (Casablanca)		
Julho	Seg	31/07/17			
Agosto	Ter	01/08/17		Mês de Agosto - Pack 5 Cidades	
Agosto	Qua	02/08/17			

Agosto	Qui	03/08/17			
Agosto	Sex	04/08/17	Ria a Gosto - Festival do Marisco da Costa Nova (Entrada: 5€)		2
Agosto	Sab	05/08/17			
Agosto	Dom	06/08/17	Fim da Expofacil'17 e Recriação Histórica - Museu Ferroviário		
Agosto	Seg	07/08/17			
Agosto	Ter	08/08/17			
Agosto	Qua	09/08/17			
Agosto	Qui	10/08/17			
Agosto	Sex	11/08/17			2
Agosto	Sab	12/08/17	Workshop de zumba		
Agosto	Dom	13/08/17	Meditação 10h30 (3 aos 9 anos) 11h (a partir dos 10 anos): 2,5€		
Agosto	Seg	14/08/17			
Agosto	Ter	15/08/17	Feriado - Assunção de Nossa Senhora	Atividade de Orientação	
Agosto	Qua	16/08/17			
Agosto	Qui	17/08/17			
Agosto	Sex	18/08/17	Festival do Bacalhau - em atualização	Pack Aveiro	2
Agosto	Sab	19/08/17	Top Fm Beach Party (Barna)		
Agosto	Dom	20/08/17	"Milagre" Volta a Urgueira - Festival/ Romaria		
Agosto	Seg	21/08/17			
Agosto	Ter	22/08/17			
Agosto	Qua	23/08/17			
Agosto	Qui	24/08/17			
Agosto	Sex	25/08/17		Pack Aventura	2
Agosto	Sab	26/08/17			
Agosto	Dom	27/08/17			
Agosto	Seg	28/08/17			
Agosto	Ter	29/08/17			
Agosto	Qua	30/08/17			
Agosto	Qui	31/08/17			
Setembro	Sex	01/09/17	Festa do Leitão - Águeda	Pack Gastronómico	2
Setembro	Sab	02/09/17	Percorso Pedestre	Mês da Desfolhada	
Setembro	Dom	03/09/17	Recriação Histórica Museu Ferroviário Macinhata do Vouga	Passeio no Vouguinha	
Setembro	Seg	04/09/17			
Setembro	Ter	05/09/17			
Setembro	Qua	06/09/17			
Setembro	Qui	07/09/17			
Setembro	Sex	08/09/17			2

Setembro	Sab	09/09/17	Birdwatching - Pateira (Águeda) ou Margens do Rio Vouga (Associação - Spea)	
Setembro	Dom	10/09/17	Meditação 10h30 (3 aos 9 anos) 11h (a partir dos 10 anos): 2,5€	
Setembro	Seg	11/09/17		
Setembro	Ter	12/09/17		
Setembro	Qua	13/09/17		
Setembro	Qui	14/09/17		
Setembro	Sex	15/09/17		2
Setembro	Sab	16/09/17	Atividade da Desfolhada (Verificar)	
Setembro	Dom	17/09/17		
Setembro	Seg	18/09/17		
Setembro	Ter	19/09/17		
Setembro	Qua	20/09/17		
Setembro	Qui	21/09/17		
Setembro	Sex	22/09/17		2
Setembro	Sab	23/09/17	Atividade de Pilates	
Setembro	Dom	24/09/17		
Setembro	Seg	25/09/17		
Setembro	Ter	26/09/17		
Setembro	Qua	27/09/17		
Setembro	Qui	28/09/17		
Setembro	Sex	29/09/17		2
Setembro	Sab	30/09/17	Oficina dos gelados	
Outubro	Dom	01/10/17	Recriação Histórica Museu Ferroviário Macinhata do Vouga	
Outubro	Seg	02/10/17		
Outubro	Ter	03/10/17		
Outubro	Qua	04/10/17		
Outubro	Qui	05/10/17	Feriado - Implantação da República	Atividades de Aventura 1
Outubro	Sex	06/10/17		
Outubro	Sab	07/10/17	Percurso Pedestre	2
Outubro	Dom	08/10/17	Meditação 10h30 (3 aos 9 anos) 11h (a partir dos 10 anos): 2,5€	
Outubro	Seg	09/10/17		
Outubro	Ter	10/10/17		
Outubro	Qua	11/10/17		
Outubro	Qui	12/10/17		
Outubro	Sex	13/10/17		2
Outubro	Sab	14/10/17	Oficina - Produção Caseira de Cogumelos (Living Place)	
Outubro	Dom	15/10/17		

Outubro	Seg	16/10/17			
Outubro	Ter	17/10/17			
Outubro	Qua	18/10/17			
Outubro	Qui	19/10/17			
Outubro	Sex	20/10/17		Geocaching	2
Outubro	Sab	21/10/17	Passeio Fotográfico - "Cores de Outono"		
Outubro	Dom	22/10/17			
Outubro	Seg	23/10/17			
Outubro	Ter	24/10/17			
Outubro	Qua	25/10/17			
Outubro	Qui	26/10/17			
Outubro	Sex	27/10/17		Programação Halloween	2
Outubro	Sab	28/10/17	Atividade de Halloween		
Outubro	Dom	29/10/17			
Outubro	Seg	30/10/17			1
Outubro	Ter	31/10/17	Dia das Bruxas	Pack 1 Noite	
Novembro	Qua	01/11/17	Feriado - Dia de Todos os Santos	Noite das criaturas das Trevas - Bioliving	
Novembro	Qui	02/11/17			
Novembro	Sex	03/11/17	Pack Get Cozy	Manta e Chocolate Quente	2
Novembro	Sab	04/11/17		Lareira	
Novembro	Dom	05/11/17	Dia Mundial do Cinema e Recriação Histórica - Museu Ferroviário	Filmes	
Novembro	Seg	06/11/17			
Novembro	Ter	07/11/17			
Novembro	Qua	08/11/17			
Novembro	Qui	09/11/17			
Novembro	Sex	10/11/17	Apanha de castanhas	Pack S. Martinho	2
Novembro	Sab	11/11/17	Dia de S. Martinho - Atividade Magusto		
Novembro	Dom	12/11/17	Meditação 10h30 (3 aos 9 anos) 11h (a partir dos 10 anos): 2,5€	Oferta de Licor e Castanhas	
Novembro	Seg	13/11/17			
Novembro	Ter	14/11/17			
Novembro	Qua	15/11/17			
Novembro	Qui	16/11/17			
Novembro	Sex	17/11/17			2
Novembro	Sab	18/11/17	Workshop de Plantas Comestíveis		
Novembro	Dom	19/11/17			
Novembro	Seg	20/11/17			
Novembro	Ter	21/11/17	Dia Nacional do Pijama		
Novembro	Qua	22/11/17			

Novembro	Qui	23/11/17	Dia da Floresta Autóctone	
Novembro	Sex	24/11/17		2
Novembro	Sab	25/11/17	Workshop - BioNatal "Oficinas de Natal Sustentável" - Associação BioLiving	
Novembro	Dom	26/11/17		
Novembro	Seg	27/11/17		
Novembro	Ter	28/11/17		
Novembro	Qua	29/11/17		
Novembro	Qui	30/11/17		
Dezembro	Sex	01/12/17	Workshop - Decoração de Natal	2
Dezembro	Sab	02/12/17	Feriado - Restauração da Independência	
Dezembro	Dom	03/12/17	Recriação Histórica Museu Ferroviário Macinhata do Vouga	
Dezembro	Seg	04/12/17		
Dezembro	Ter	05/12/17		
Dezembro	Qua	06/12/17		
Dezembro	Qui	07/12/17		3
Dezembro	Sex	08/12/17	Feriado - Dia da Imaculada Conceição	Pack Águeda
Dezembro	Sab	09/12/17	Workshop - Doces de Natal	Visita ao Pai Natal Gigante
Dezembro	Dom	10/12/17	Meditação 10h30 (3 aos 9 anos) 11h (a partir dos 10 anos): 2,5€	
Dezembro	Seg	11/12/17		
Dezembro	Ter	12/12/17		
Dezembro	Qua	13/12/17		
Dezembro	Qui	14/12/17		
Dezembro	Sex	15/12/17		2
Dezembro	Sab	16/12/17	Natal n'º Vale Mágico - Vale de Cambra	
Dezembro	Dom	17/12/17		
Dezembro	Seg	18/12/17		
Dezembro	Ter	19/12/17		
Dezembro	Qua	20/12/17		
Dezembro	Qui	21/12/17	Solstício de Inverno	
Dezembro	Sex	22/12/17	Decoração de Natal - Visitar Aveiro	Pack Aveiro/Pack de Natal
Dezembro	Sab	23/12/17		Oferta de Bolo Rei e Licor de Mirtilo
Dezembro	Dom	24/12/17		
Dezembro	Seg	25/12/17	Feriado - Dia de Natal	
Dezembro	Ter	26/12/17		
Dezembro	Qua	27/12/17		

Dezembro	Qui	28/12/17			
Dezembro	Sex	29/12/17		Pack de Grupo Passagem de Ano'17	2
Dezembro	Sab	30/12/17		Oferta de Espumante e Passas de Boas- Vindas	
Dezembro	Dom	31/12/17	Passagem de Ano	Jantar Vongaldeias ou Júnior Réveillon" O Júnior" - Café-Bar - 22h30 às 6h	

Apêndice B – Guião das entrevistas exploratórias aos Agentes Locais

O presente guião realiza-se no âmbito de um projeto de investigação em Turismo em Espaço Rural inserido no mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da universidade de Aveiro. A entrevista insere-se numa investigação académica relativamente ao projeto para aferir a caracterização do produto.

Como objetivos procura-se efetuar um primeiro contacto com Agentes locais e potenciais clientes, com intuito de obter um conhecimento exploratório da caracterização da procura e oferta.

Para tal, considerou-se um painel de inquiridos representativos dos agentes locais com possível vínculo ao projeto em desenvolvimento, desde empresas de animação turística, restaurantes, entre outros. Face à inexistência de uma base de dados que permita conhecer o universo de entidades instaladas na região com intervenção no turismo, criou-se uma lista por conveniência.

Protocolo da Entrevista

Solicitação da autorização para gravar entrevista.

As informações recolhidas serão sujeitas a tratamento estatístico e análise de conteúdo adequada, tendo em conta os objetivos da investigação.

Solicita-se que as respostas reflitam o parecer da entidade que V.Exa. representa face ao desenvolvimento turístico da região em estudo, designada por destino Águeda.

Duração

- +/- 15 minutos

Agentes locais

- Tutela de Gestão/Propriedade (tipo de empresa)
- Número de trabalhadores
- Localização Geográfica
- As atividades principais e complementares
- Os produtos que disponibiliza/comercializa
- Os critérios utilizados para selecionar os produtos que disponibiliza/comercializa
- Existência de parcerias

Caraterização do tipo de Cliente

- Qual o mercado alvo/ principal público
- Origem geográfica dos clientes
- Clientes em grupo ou individuais
- Grupo etário
- Motivação da procura
- Como escolhem o local

Procura

- Quais os meses de maior procura?
- Qual o tempo de permanência?
- Que atividades costumam realizar em áreas rurais?
- Quais as atividades de maior procura?

Oferta

- Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?
- A oferta de serviços, atividades e equipamentos / infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente?
- Que atividades de animação se encontram disponíveis?
- Que serviços considera essenciais?
- Que equipamentos/infraestruturas dispõe?
- Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

Marketing

- Quais os canais de distribuição e de comunicação
- Tipo de informação
- Como fidelizam os clientes
- Qual a principal fonte de financiamento do negócio

Outras Questões

- Atitudes ecológicas
- Motivações e expetativas para o futuro.
- Condicionantes à atividade.

Apêndice C – Guião das entrevistas exploratórias aos Potenciais Clientes

O presente guião realiza-se no âmbito de um projeto de investigação em Turismo em Espaço Rural inserido no Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro. A entrevista insere-se numa investigação académica relativamente ao projeto para aferir a caracterização do produto.

Como objetivos procura-se efetuar um primeiro contacto com potenciais clientes, com intuito de obter um conhecimento exploratório da caracterização da procura e oferta de Águeda.

Para tal, considerou-se um painel de 10 inquiridos representativos de potenciais clientes com interesse em turismo rural e de natureza. Face à inexistência de uma base de dados local em termos turísticos que permita conhecer o universo de opiniões relativamente à região de Águeda neste sentido.

Protocolo da Entrevista

Solicitação da autorização para gravar entrevista.

As informações recolhidas serão sujeitas a tratamento estatístico e análise de conteúdo adequada, tendo em conta os objetivos da investigação.

Solicita-se que as respostas reflitam o seu parecer face ao desenvolvimento turístico da região em estudo, designada por destino Águeda.

Duração

- +/- 15 minutos

Potencial Cliente

- Idade
- Origem
- Atividades e Hobbies
- Motivação da Viagem

- Critérios utilizados para organizar a viagem
- Como Viaja (Grupo/Individual/Família entre outros)
- Tipo de Transporte

Procura

- Quais os meses de maior procura?
- Qual o tempo de permanência?
- Que atividades costuma realizar em áreas rurais?
- Quais as atividades que mais procura?

Oferta

- Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?
- A oferta de serviços, atividades e equipamentos / infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente?
- Que atividades de animação se encontram disponíveis?
- Que serviços considera essenciais?
- Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

Marketing

- Quais os canais de distribuição e de comunicação que utiliza?
- Que tipo de informação procura?
- Que fatores o/a levam a fidelizar-se?

Outras Questões

- Atitudes ecológicas
- Motivações e expetativas para o futuro.
- Condicionantes à atividade.

Apêndice D – Transcrições das entrevistas exploratórias dos Potenciais Clientes

Entrevistadora

Conduziu-se a entrevista, tendo por base o guião de entrevista exploratória referido anteriormente. Contudo, ao longo da entrevista teve-se necessidade de reformular algumas questões, de modo a que o entrevistado percebesse o objeto da questão.

Potenciais clientes entrevistados

O guião de entrevistas exploratórias foi cedido previamente, o que possibilitou um primeiro contacto com o teor das questões e a tomada de consciência dos objetivos do estudo e da importância da respetiva participação, entre outros elementos. Este contacto é de grande utilidade uma vez que contribuiu para uma tranquilização do entrevistado, por conseguinte, o sucesso da entrevista.

Potencial Cliente 1

Entrevistado: Potencial Cliente 1 substituído por (PC1) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 3 minutos e 41 segundos

SH: Vamos dar então início à entrevista sobre os clientes. Vamos começar pela sua idade.

PC1: 33.

SH: Origem?

PC1: Coimbra.

SH: As suas atividades e hobbies?

PC1: Sou desenhador projetista, pratico ginásio e faço pintura.

SH: Qual é a sua motivação de viagem?

PC1: Viajar, explorar, aumentar o conhecimento empírico.

SH: Quais são os critérios que utiliza para organizar a sua viagem?

PC1: O tempo e o custo.

SH: Como viaja normalmente?

PC1: Individual.

SH: E qual o tipo de transporte que utiliza?

PC1: Carro e transportes públicos coletivos.

SH: Em termos de procura. Quais são os meses de maior procura?

PC1: Todo o ano. Dependendo das condições climatéricas.

SH: Qual o tempo de permanência?

PC1: 2, 3 dias.

SH: Que atividades costuma realizar nas áreas rurais?

PC1: Gosto de explorar e de atividades de lazer.

SH: Quais atividades que mais procura?

PC1: Caminhadas, tudo que envolve o conhecimento do lugar e empírico.

SH: Em termos de oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

PC1: Considero Águeda bastante atrativa. Mas ao nível de alojamentos para o que procuro, do meu conhecimento, não.

SH: A oferta de serviços, atividades, equipamentos / infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente no seu entender?

PC1: Depende do que se pretende. Se quiseses, qualquer coisa relacionada com a natureza... acho que não, em Águeda ainda não temos neste momento.

SH: E em termos de atividades de animação. Quais se encontram disponíveis, no seu entender?

PC1: Agitágueda, Festa do Leitão, S. Sebastião, Centro de Artes e Espetáculos.

SH: Que serviços considera essenciais?

PC1: Bom atendimento e fácil acesso à natureza e ao ar livre.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

PC1: Alojamento rural com um conceito diferente e atrativo.

SH: Agora relativamente ao marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

PC1: Internet (Facebook e booking, por aí...)

SH: Que tipo de informação procura, normalmente?

PC1: Natureza, locais baratos que envolvem a cultura do lugar.

SH: Que fatores o levam a fidelizar-se a um local ou estabelecimento?

PC1: Sociabilidade, conhecimento.

SH: Agora relativamente a outras questões mais ligadas ao ambiente. Que atitudes ecológicas valoriza?

PC1: Limpeza dos espaços, sensibilização das questões ambientais, civismo.

SH: Quais são as motivações e expetativas que tem para o futuro?

PC1: Espero cumprir com os objetivos que me propus no âmbito pessoal, entre eles o aumento do conhecimento empírico, neste caso específico que envolve a natureza.

SH: Tem algumas condicionantes à sua atividade?

PC1: Talvez a falta de tempo e por vezes custos elevados de certas épocas tendo em conta alojamento, alimentação e o transporte.

Potencial Cliente 2

Entrevistado: Potencial Cliente 2 substituído por (PC2) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 3 minutos e 42 segundos

SH: Então vamos dar então início a mais uma entrevista relativamente aos clientes. Desde já boa tarde, a primeira pergunta é a sua idade.

PC2: 29.

SH: Origem?

PC2: Natural de Águeda.

SH: Atividades e hobbies que pratica?

PC2: Ginásio e caminhada.

SH: Motivação para a sua viagem?

PC2: Conhecer um local diferente, descansar e acima de tudo, namorar.

SH: Que critérios que utiliza para organizar a sua viagem?

PC2: Preço e em segundo o local.

SH: Normalmente, como viaja normalmente?

PC2: Em família.

SH: E qual o tipo de transporte que utiliza?

PC2: Carro ou avião.

SH: Quais são os meses de maior procura?

PC2: Junho e julho ou então outubro e novembro.

SH: Qual o tempo de permanência?

PC2: Junho e Julho (7 a 10 dias). Outubro e Novembro (5 a 7 dias)

SH: Que atividades costuma realizar nas áreas rurais?

PC2: Caminhada.

SH: Quais atividades que mais procura?

PC2: Caminhada.

SH: Oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

PC2: Não.

SH: A oferta de serviços, atividades, equipamentos / infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente no seu entender?

PC2: Não.

SH: E em termos de atividades de animação. Quais se encontram disponíveis, no seu entender?

PC2: Agitágueda, a Festa do Leitão e a visita ao pai natal.

SH: Que serviços considera essenciais?

PC2: Os transportes, o atendimento.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

PC2: Iniciativa, estabelecimentos de turismo rural que pudessem dinamizar a cidade o ano inteiro e não apenas em três períodos, como já referi, o Agitágueda, a festa do leitão e a visita ao Pai natal.

SH: Agora relativamente ao marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

PC2: Facebook, instagram, viber, whatsapp.

SH: Que tipo de informação procura, normalmente?

PC2: Procuro os comentários relativamente ao sítio para onde no booking de forma a perceber a qualidade do estabelecimento.

SH: Que fatores o levam a fidelizar-se?

PC2: Bom atendimento, gastronomia, o ambiente local.

SH: Agora relativamente a outras questões mais ligadas ao ambiente. Que atitudes ecológicas valoriza?

PC2: Reciclagem e a Limpeza dos espaços em si.

SH: Quais são as motivações e expetativas para o futuro?

PC2: Viajar para explorar outros locais.

SH: Quais as condicionantes à sua atividade?

PC2: O dinheiro. E para ter dinheiro precisa-se de trabalhar. Para se trabalhar só se tem x dias de férias. E o tempo.

Potencial Cliente 3

Entrevistado: Potencial Cliente 3 substituído por (PC3) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Aluna Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 6 minutos e 41 segundos

SH: Boa tarde. Para começar vamos fazer o seu perfil. Idade?

PC3: Boa tarde, eu tenho 31.

SH: Origem?

PC3: Sou daqui de Águeda.

SH: Atividades e hobbies que pratica?

PC3: Eu pratico desporto, crossfit. Outro hobbie que tenho é a leitura e gosto de desportos ao ar livre.

SH: Motivação para a sua viagem?

PC3: Maioritariamente turística e/ou férias.

SH: Quais os critérios que utiliza para organizar a sua viagem?

PC3: Normalmente, os critérios que eu utilizo são o apelo da envolvência, da paisagem, do local, preços e também a oportunidade e curiosidade.

SH: Como viaja normalmente?

PC3: Eu viajo por transporte próprio.

SH: Mas em grupo, individual, Família?

PC3: Família e individual.

SH: Aqui já respondeu ao tipo de transporte. Relativamente à procura. Quais os meses de maior procura para fazer as suas viagens?

PC3: Normalmente é o mês de agosto e o mês dezembro. É onde coincidem as férias.

SH: Qual o tempo de permanência nessas viagens?

PC3: No mês de agosto normalmente entre uma semana a duas e no mês de dezembro uma semaninha.

SH: Que atividades costuma realizar nas áreas rurais?

PC3: Em áreas rurais já realizei atividades, por exemplo: em forno de lenha. Já realizei atividades de construções para animais e também agricultura, coisas relacionadas com a agricultura.

SH: Quais atividades que mais procura?

PC3: Normalmente, são relacionadas com a atividade física, até. Por exemplo: as atividades que realizei relacionadas com a agricultura foram plantar árvores e estar

envolvido na parte de jardinagem, por exemplo, também. Normalmente coisas que estejam relacionadas com atividade física: caminhadas.

SH: Agora relativamente à Oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

PC3: Neste momento eu dar-lhe-ia um nível médio de oferta porque está a melhorar mas ainda não está.

SH: A oferta de serviços, atividades, equipamentos / infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente?

PC3: Acho que não.

SH: Que atividades de animação se encontram disponíveis?

PC3: As atividades de animação?! Aqui da zona não é?

SH: Sim!

PC3: Acho que não são suficientes porque estão concentradas na mesma época. Só existe o Agitágueda e depois a Feira do Leitão, são as mais conhecidas. Ao nível cultural a oferta também peca um bocadinho.

SH: Que serviços considera essenciais?

PC3: Eu acho que são muito relacionados com o conforto e higiene nas estadias e depois para o entretenimento no público e qualquer atividade que permita às pessoas não estar só enfiadas dentro de casa, só a passar o tempo.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

PC3: Eu acho que o que falta neste momento é realmente um dispersar das atividades culturais que existem. Como está tudo muito concentrado na mesma época, quem não pode vir nessa época, poderia às vezes até espalhar as visitas e vir em outras alturas se houvesse oferta em outras alturas.

SH: Agora relativamente ao marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

PC3: Eu uso muito: *facebook*, o *tripadvisor*. Uso também o *google guides*, eu sou guia. E uso a internet, portanto, a internet no geral.

SH: Que tipo de informação procura?

PC3: Eu procuro muito informação de estadias turísticas (por exemplo: no *tripadvisor*) e outras situações ao nível de praias fluviais, estâncias de ski que foi de uma das últimas vezes que realizei assim férias rurais. E de resto informação em geral sobre leitura (por exemplo) que é um dos hobbies. E é isso, assim muito basicamente.

SH: Que fatores o levam a fidelizar-se a um local ou estabelecimento?

PC3: Qualidade do serviço e também o apelo do local, sem dúvida.

SH: Agora relativamente a outras questões. Que atitudes ecológicas valoriza?

PC3: Eu valorizo aqueles lugares que são rígidos em relação (por exemplo) aos lixos. Que não têm medo de sancionar as pessoas que estão a fazer as suas estadias, sempre que desrespeitam, é claro, as regras, o ambiente na envolvência do local onde estão.

SH: Motivações e expetativas para o futuro?

PC3: Eu espero que surjam projetos aqui na zona interessantes porque também falta um bocadinho disso aqui em Águeda. Acho que falta um pouco explorar a parte do rural que não está a ser explorada, pronto.

SH: Quais são as condicionantes à sua atividade?

PC3: É realmente a época em que as férias calham ou não. Tirando o facto de às vezes poder aproveitar um fim-de-semana alargado ou não. Só posso fazer viagens quando estou de férias, porque trabalho numa fábrica.

Potencial Cliente 4

Entrevistado: Potencial Cliente 4 substituído por (PC4) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 4 minutos e 11 segundos

SH: Boa tarde. A sua idade?

PC4: 20.

SH: Origem?

PC4: De Águeda.

SH: Atividades e hobbies que pratica?

PC4: Desporto e leitura.

SH: Motivação da viagem?

PC4: Conhecer, conhecimento.

SH: Critérios utilizados para organizar a sua viagem?

PC4: Não tenho muitos critérios, é mais em cima do joelho. É preparar e andar.

SH: Como viaja normalmente: em grupo/ individual?

PC4: Faço muitas viagens individuais mas às vezes em família ou com um grupo de amigos.

SH: Que tipo de transporte utiliza, normalmente?

PC4: Carro ou Avião.

SH: Relativamente à procura. Quais os meses de maior procura?

PC4: Julho e agosto.

SH: Qual o tempo de permanência?

PC4: Mais ou menos duas semanas.

SH: Que atividades costuma realizar em áreas rurais?

PC4: Campismo, piqueniques, caminhadas, equitação.

SH: Quais atividades que mais procura?

PC4: O campismo.

SH: Relativamente à Oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

PC4: Muito poucos.

SH: A oferta de serviços, atividades, equipamentos / infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente, no seu entender?

PC4: Sim, mas podia ser melhorada naqueles que já tem.

SH: Que atividades de animação se encontram disponíveis?

PC4: Em Águeda... canoagem, insufláveis, escalada e não me recordo de mais nenhum.

SH: Que serviços considera essenciais?

PC4: Essenciais mesmo, mesmo! O atendimento ao cliente para mim é um serviço fulcral. Mas a prestação do serviço em si, a cordialidade que tem entre o serviço e o cliente.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

PC4: Essencialmente, mais alojamento e a criação de mais atividades ou feiras ou festivais que dinamizem Águeda e que não sejam só feiras sazonais, a certa altura.

SH: Relativamente ao marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

PC4: Revistas de viagens e internet.

SH: Que tipo de informação procura?

PC4: Os serviços de restaurante e bar, as condições sanitárias.

SH: Que fatores o levam a fidelizar-se a um local ou estabelecimento?

PC4: Por incrível que pareça a proximidade a uma praia ou algo que tenha água. Depois o atendimento ao cliente, o espaço e depois a cordialidade que há entre o site e aquilo que apresenta na realidade. A simplicidade é um fator que eu também dou imenso de valor, pelo simples facto de: não há nada para complicar, quanto mais simples melhor... a pessoa

vai entender e vai conseguir organizar-se. E a criatividade, o facto de haver, por exemplo, num campismo alguém a tocar ao vivo, atividades que façam todos os dias.

SH: Agora relativamente a outras questões. Que atitudes ecológicas valoriza?

PC4: Para empresas, eu acho que o facto de apostarem numa fonte de energia limpa (Por exemplo: a energia eólica). Para governos ou municípios o facto de fiscalizarem as próprias empresas para evitar crimes ao nível ambiental e até mesmo a própria poluição. Ao nível do município se calhar criarem um sistema de coleta seletiva de lixo, já há reciclagem e tudo mais mas nunca é demais. E aproveitar as águas para a rega e não andar a gastar água desnecessariamente.

SH: Motivações e expetativas para o futuro?

PC4: Quero viajar mais. Quero que realmente que Águeda seja alguém. E não só conhecida pelo festival, pelo Agitágueda. E acho que é essencialmente isso.

SH: E que condicionantes à atividade encontra?

PC4: Falta de tempo e possibilidades financeiras. Mas é mais a falta de tempo.

Potencial Cliente 5

Entrevistado: Potencial Cliente 5 substituído por (PC5) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 3 minutos e 55 segundos

SH: Olá, Boa tarde. Idade?

PC5: 39.

SH: Origem?

PC5: Português.

SH: Atividades e hobbies que pratica?

PC5: Bicicleta, caminhadas, mergulho.

SH: Motivação para a viagem?

PC5: Descanso.

SH: Critérios utilizados para organizar a sua viagem?

PC5: Critérios... por querer visitar o sítio.

SH: Como viaja normalmente: em grupo/ individual?

PC5: Em casal.

SH: Que tipo de transporte utiliza?

PC5: Avião e carro.

SH: Quais os meses de maior procura?

PC5: Setembro, outubro. Maio e junho.

SH: Qual o tempo de permanência, normalmente?

PC5: Uma semana.

SH: Que atividades costuma realizar em áreas rurais?

PC5: Bicicleta, caminhadas, mergulho.

SH: Quais atividades que mais procura?

PC5: Bicicleta.

SH: Relativamente à Oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

PC5: Não.

SH: A oferta de serviços, atividades, equipamentos / infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente?

PC5: Não.

SH: Que atividades de animação se encontram disponíveis?

PC5: Agitágueda e as sextas feiras culturais.

SH: Que serviços considera essenciais?

PC5: Transporte.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

PC5: Falta tudo. Animação, serviços de transporte.

SH: Relativamente ao marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

PC5: Telemóvel, internet.

SH: Que tipo de informação procura?

PC5: Notícias, desporto, coisas pessoais.

SH: Que fatores o levam a fidelizar-se a um local ou estabelecimento?

PC5: Higiene e atendimento e proximidade a certos sítios.

SH: Agora relativamente a outras questões. Que atitudes ecológicas valoriza?

PC5: Higiene.

SH: Motivações e expetativas para o futuro?

PC5: Viagens, visitar, exatamente.

SH: Condicionantes à atividade?

PC5: A condicionante é ter férias na altura certa.

Potencial Cliente 6

Entrevistado: Potencial Cliente 6 substituído por (PC6) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 8 minutos e 49 segundos

SH: Olá, Boa tarde. Idade?

PC6: 26.

SH: Origem?

PC6: Ucraniana.

SH: Atividades e hobbies que pratica?

PC6: Natação por norma. Gosto de ir conhecer sítios novos, natureza preferencialmente ao nível de Portugal, o que existe de cascatas e (por exemplo) a Costa Alentejana é um sítio que gostava de conhecer, toda a costa gostaria de conhecer.

SH: Critérios que utiliza para organizar as viagens que faz?

PC6: Tem a ver com o custo, claro. Como neste momento, o meu interesse é Costa Alentejana. Vou mais para Sesimbra, Porto Covo e assim.

SH: Como viaja normalmente: em grupo/ individual?

PC6: Por norma em grupo de amigos, mas às vezes faço viagens para os meus pais e assim.

SH: Que tipo de transporte normalmente utiliza?

PC6: Carro ou então transporte público (autocarro).

SH: Relativamente à procura. Quais os meses de maior procura?

PC6: Julho, algumas vezes junho ou início de setembro.

SH: Qual o tempo de permanência?

PC6: Se der para todos, uma semana.

SH: Que atividades costuma realizar em áreas rurais?

PC6: É mais à base de passeio e se houver rios, natação e assim.

SH: Quais atividades que mais procura?

PC6: Visitas e caminhadas.

SH: Relativamente à Oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

PC6: Como moro em Águeda não andei assim à procura mas penso que sim. Até existe alguma ofertazita. Não sei é se é de preços acessíveis mas...

SH: A oferta de serviços, atividades, equipamentos / infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente?

PC6: Pelo menos neste mês que nós temos o Agitágueda, sim, é bom.

SH: Que atividades de animação se encontram disponíveis?

PC6: Temos várias atividades culturais. Como... pronto. Por exemplo: o mês de Julho, que é o Agitágueda, depois temos ao nível da D'Orpheu que é a Associação Cultural, o Festim que muitas vezes está interligado com o Agitágueda mas existe concertos do Festim em toda a área de Aveiro.

SH: Que serviços considera essenciais?

PC6: Atendimento ao público, a simpatia é o mais procurado e se houver alguma dúvida acerca do alojamento ou assim ou dos serviços que dispõem haver disposição para tirar essas dúvidas. Depois os serviços em termos de transporte, se houver transporte público acho que neste momento é o mais essencial porque...As pessoas pensam mais em ambiente e não sei quê, pelo menos eu, portanto, procuro sempre que haja soluções para o transporte como o carro.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

PC6: Acho que o que falta aqui é mais um parque de campismo ou assim, nem que seja temporário durante a oferta das atividades para os turistas porque muitas vezes as pessoas vêm cá para os concertos de longe e não têm onde ficar, apenas o hotel (por exemplo). Mas há pessoas que preferem não ficar no hotel e por exemplo acampar.

SH: Relativamente ao marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

PC6: *Online*, sempre.

SH: Que tipo de informação procura?

PC6: Utilizo muitas vezes as plataformas de procura como *Homeaway*, as ofertas que existem de alojamentos fora do nosso distrito ou até mesmo no nosso distrito, existe sempre uma oferta lá. Na disponibilidade dos serviços, preço e depois o que é que dispõe no alojamento. Se existe pelo menos as condições mínimas se existem extras.

SH: Que fatores o levam a fidelizar-se a um local ou estabelecimento?

PC6: Principalmente do serviço do pessoal que trata de agendar uma viagem ou assim. Principalmente isso.

SH: Agora relativamente a outras questões. Que atitudes ecológicas valoriza?

PC6: Se vamos para um campismo deixar minimamente a área que estamos a utilizar limpa e claro avisar as pessoas que estão connosco para fazer o mesmo. Fazer separação do lixo, que eu faço sempre, esteja fora de casa esteja dentro de casa. E claro, transportes... se houver soluções de transportes públicos não vejo necessidade nenhuma de levar um carro, se for para levar um carro, que seja o mínimo de carros possível.

SH: Motivações e expetativas para o futuro?

PC6: Em termos de viagens, gostaria de conhecer o mundo todo, não é. Acho que muita gente gostaria. Mas neste momento a prioridade talvez em termos de viagens é conhecer Portugal mesmo. Porque acho que existe áreas magníficas aqui, que nem é preciso ir para muito longe para termos um tempo fantástico com os nossos amigos.

SH: Condicionantes à atividade?

PC6: É ter um trabalho que me permita isso, não é.

Potencial Cliente 7

Entrevistado: Potencial Cliente 7 substituído por (PC7) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 9 minutos e 55 segundos

SH: Olá, idade?

PC7: A minha idade é 34 anos.

SH: Origem?

PC7: Eu nasci em Portugal e vivo na África do Sul, já estou lá à mais de 25 anos.

SH: Atividades e hobbies que pratica?

PC7: Trabalho. Quando se está fora trabalha-se. Mas em hobbies vamos lá ver.um bocado de exercício: correr, ciclismo (quando não roubam a bicicleta) e fotografia também.

SH: Motivação da viagem?

PC7: Ver coisas novas, como se diz, novas e velhas. Ver a história do país que Portugal tem também.

SH: Critérios utilizados para organizar a sua viagem?

PC7: Geralmente é tempo: verão ou inverno. Prefiro o verão. Tempo geralmente eu viajo sempre um mês. O preço conta só que no verão dá para fazer mais coisas, mais rendimento. Então prefiro vir de férias no verão porque dá mais rendimento porque os dias são muito mais compridos e tem muito mais atividades. Se não tiver muitas atividades não atrai tanto para vir a Portugal, passear.

SH: Como viaja normalmente: em grupo/ individual?

PC7: Em família.

SH: Qual o tipo de transporte que utilizas?

PC7: Para chegar cá, o avião. Depois é de carro.

SH: Relativamente à procura. Quais os meses de maior procura?

PC7: Junho, julho, agosto.

SH: Normalmente ficas quanto tempo?

PC7: Um mês.

SH: Que atividades costuma realizar em áreas rurais?

PC7: Passear, ver a natureza, ver a floresta, ver natureza que a gente precisa apreciar e fotografar, que faz parte da aventura.

SH: Quais atividades que mais procura?

PC7: Para mim é mais pelos hobbies de fotografia, mas também não quer dizer que não faça o resto. Mas também faz parte da aventura de estar de férias.

SH: Relativamente à Oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

PC7: Às vezes faltam coisas. Tem um ponto que atrai muito mas só que é mais na cidade, para fora não atrai muito, na parte rural, estou a falar de certo. Não atrai, Águeda concentra-se mais na cidade e não para fora. E deviam focar mais para fora, que também tem beleza.

SH: A oferta de serviços, atividades, equipamentos / infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente?

PC7: Não, porque se eu não tiver carro. Tenho de vir para aqui com carro. Só que como estou aqui em Valongo devia ter mais meios de transportes para viajar para o centro. Tipo um corredor que ande para cima e para baixo, que ajuda muito e está-se muito mais à vontade.

SH: Que atividades de animação se encontram disponíveis?

PC7: Tem só agora aquele, o Agitágueda que atrai muito mais. Fora disso não estou a ver muito mais.

SH: Que serviços considera essenciais?

PC7: O transporte. É uma coisa que é sempre precisa porque é uma forma das pessoas conhecerem assim como o “yellowbus ou redbus” que passam à volta da cidade que fazem tipo turismo, para conhecer um bocado mais a cidade. Só que podia passar mais na natureza que tem na pateira e não conhecia se não fossem os meus primos não sabia que a pateira existia. Porque pelo que já vi não está aí em nada que chame.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

PC7: Eu para mim volto sempre ao mesmo. Para atrair mais pessoas para ir à natureza. Que toda gente vive numa cidade e quando a gente sai de uma cidade, a gente quer ver também um bocado de natureza. Se eles conseguissem juntar os dois: os festivais e tal mas também com a natureza, atrai muitos mais públicos.

SH: Relativamente ao marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

PC7: Geralmente, é o *facebook* e tal que uso muito mais porque são coisas que estão sempre a aparecer e são mais utilizadas.

SH: Que tipo de informação procura?

PC7: Geralmente, para mim, quando estou de férias, sítios com história e com natureza para fotografar (a beleza das plantas, das árvores, dos pássaros, o que for) tudo que tem a ver com a natureza.

SH: O que te leva a visitar aquele sítio?

PC7: Por experiência eu já sei que todos os anos que venho cá a natureza muda e cada vez que a gente aparece lá outra vez aparece sempre um diamante diferente daquilo que a gente tinha encontrado.

SH: Agora, outras questões. Que atitudes ecológicas valorizas?

PC7: Isso tem de ser sempre preservação das espécies, limpeza. Isso faz sempre... para a natureza certas coisas não deviam estar lá. Certas coisas devia-se manter a natureza como é e não é a poluir como os humanos poluem.

SH: Quais as condicionantes à atividade?

PC7: Para mim é um bocadinho de tudo, não é. Tem muito a ver com câmbio da moeda. Se a moeda estiver boa do meu lado atrai muito mais para passear mais, principalmente na europa. E como Portugal é o meu país, que eu nasci cá. Só que venho passar cá mais férias porque a beleza está aqui.

Potencial Cliente 8

Entrevistado: Potencial Cliente 8 substituído por (PC8) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Aluna Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo)
substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 6 minutos e 30 segundos

SH: Idade?

PC8: 26.

SH: Origem?

PC8: Sul Africana.

SH: Atividades e hobbies que praticas?

PC8: Cozinhar, desenho, música, basicamente é isso.

SH: Motivação da viagem?

PC8: Família. Visitar sítios históricos e paisagens.

SH: Critérios utilizados para organizar a sua viagem?

PC8: Tempo do Ano. Preço e também altura do ano que dá mais jeito, portanto, verão, normalmente é melhor.

SH: Como viaja normalmente: em grupo/ individual?

PC8: Família. Mais em Família.

SH: Qual o tipo de transporte que utilizas?

PC8: Normalmente é de carro e tentamos usar metro quando podemos, em sítios que há.

SH: E avião para vir para cá, suponho!

PC8: E esse, claro! Esse não é nada barato.

SH: Quais os meses de maior procura?

PC8: Entre maio e setembro.

SH: Qual o tempo de permanência?

PC8: Normalmente 3 semanas, um mês.

SH: Que atividades costuma realizar em áreas rurais?

PC8: Ciclismo, caminhadas, mais isso.

SH: Quais atividades que mais procura?

PC8: Lugares bonitos para caminhar que tenham vistas, natureza ou então coisas históricas.

SH: Relativamente à Oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

PC8: Acho que não. Pelo menos não se vê muitos e o que se pode ter também não é rural.

SH: A oferta de serviços, atividades, equipamentos / infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente?

PC8: Sim e não. O acesso a certos sítios não são fáceis se a gente não souber onde é que vai. Portanto, mais o acesso para certos sítios. Portanto, se a gente não conhecer a área a gente não sabe lá chegar.

SH: Que atividades de animação se encontram disponíveis?

PC8: Mais conhecido é o Agitágueda, os guarda-sóis, mais esse tipo de entretenimento que é o que acontece no centro de Águeda. Agora, atividades rurais ou outro tipo de atividades não há publicidade que chegue para a gente saber o que está acontecer.

SH: Que serviços consideras essenciais?

PC8: Limpeza de espaços na cidade, acho que é o suficiente, acho que está bem gerido. Agora transporte, é que a gente não vê muito. Não há maneiras de saber como chegar a certos sítios, só no centro.

SH: Na tua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

PC8: Não haver vida só por causa do Agitágueda ou por causa do centro da cidade. A cidade precisa de ter mais publicidade a outras áreas que podem ser utilizadas. Como o Alta Vila, é um sítio lindo, rural, no sentido muito natureza. Mas não está limpo, não está

arranjado. Pessoas podem lá ir que ainda é perto. Portanto, se é assim e é no centro da cidade. No resto da cidade falta informação, principalmente.

SH: Relativamente ao marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

PC8: O *instagram* e o *facebook* são os canais mais utilizados.

SH: Que tipo de informação procura?

PC8: Atividades que possam haver. Duração das atividades, é mais ou menos isso.

SH: O que te leva a visitar aquele sítio?

PC8: A beleza, a simpatia e ter qualquer que nos faça voltar, um elemento de surpresa.

SH: Outras questões. Que atitudes ecológicas valorizas?

PC8: Manter os espaços limpos. Portanto, ter a reciclagem, pontos de poder desfazer dos lixos e isso. A maneira como conservam a natureza, manter tudo ao natural e não estar a embelezar, o artificial.

SH: Quais são as tuas motivações e expectativas para o futuro?

PC8: Pronto, a minha área claro é de desenvolvimento urbano. Portanto, de maneira que venho muito a Portugal que é também para tirar ideias. Da maneira que Portugal funciona, o urbanismo é diferente e é mais acessível a pedestres e a caminhar. Portanto, não é só focado a carros e isso para mim é uma fonte de inspiração.

SH: Quais as condicionantes à atividade?

PC8: Dinheiro. Tempo nem tanto porque para agora ainda tenho. É mais o dinheiro.

Potencial Cliente 9

Entrevistado: Potencial Cliente 9 substituído por (PC9) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 3 minutos e 29 segundos

SH: Idade?

PC9: 47.

SH: Origem?

PC9: Portuguesa

SH: Atividades e hobbies que praticas?

PC9: Caminhadas.

SH: Motivação da viagem?

PC9: Lazer, explorar novos sítios. Essencialmente isso!

SH: Critérios utilizados para organizar a sua viagem?

PC9: Por norma, faço pesquisas na internet, sítios que queiramos visitar.

SH: Tempo, dinheiro...

PC9: Sim. Tempo e dinheiro é muito importante!

SH: Como viaja normalmente: em grupo/ individual?

PC9: Família.

SH: Qual o tipo de transporte que utilizas?

PC9: Carro.

SH: Quais os meses de maior procura?

PC9: Por norma, é sempre em Agosto que é a altura em que tenho férias.

SH: Qual o tempo de permanência?

PC9: 15 dias.

SH: Que atividades costumam realizar em áreas rurais?

PC9: Vamos considerar campismo.

SH: Quais atividades que mais procura?

PC9: Vamos manter-nos na caminhada.

SH: Relativamente à Oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

PC9: Sinceramente, não tenho muito conhecimento sobre isso.

SH: A oferta de serviços, atividades, equipamentos / infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente?

PC9: Pois, não tenho ideia nenhuma sobre isso.

SH: Que atividades de animação se encontram disponíveis?

PC9: Agitágueda. Cinema, desportos ao ar livre e pouco mais.

SH: Que serviços consideras essenciais?

PC9: Eu acho que os transportes públicos eram essenciais.

SH: Na tua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

PC9: Tirando o Agitágueda, não sei. Sinceramente não sei. Não tenho nenhuma opinião formada sobre isso.

SH: Relativamente ao marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

PC9: Net.

SH: Que tipo de informação procura?

PC9: Preços, locais.

SH: O que te leva a visitar o local?

PC9: Se for bom... Se eu tiver gostado, concerteza volto!

SH: Outras questões. Que atitudes ecológicas valorizas?

PC9: Acho que é muito importante fazer a reciclagem e ter cuidados com a natureza.

SH: Quais são as tuas motivações e expetativas para o futuro?

PC9: Sei lá. Que as coisas mudem e que possam haver mais espaços que as pessoas possam ir em família.

SH: Quais as condicionantes à atividade?

PC9: Essencialmente, monetária.

Potencial Cliente 10

Entrevistado: Potencial Cliente 10 substituído por (PC10) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 3 minutos e 41 segundos

SH: Idade?

PC10: 48.

SH: Origem?

PC10: Portuguesa.

SH: Atividades e hobbies que praticas?

PC10: Aeróbica, zumba, caminhadas, esse tipo de coisas.

SH: Motivação da viagem?

PC10: Gosto de conhecer novos povos, novas culturas, ver coisas diferentes.

SH: Critérios utilizados para organizar a sua viagem?

PC10: O preço. Qualidade/preço, vá lá.

SH: Como viaja normalmente: em grupo/ individual?

PC10: Em família, sempre.

SH: Qual o tipo de transporte que utilizas?

PC10: Normalmente, avião ou carro.

SH: Quais os meses de maior procura?

PC10: Normalmente é agosto e dezembro.

SH: Qual o tempo de permanência?

PC10: 1 semana.

SH: Que atividades costumas realizar em áreas rurais?

PC10: Caminhadas.

SH: Quais atividades que mais procura?

PC10: Natureza e desporto.

SH: Relativamente à Oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

PC10: Já começa a ter alguns, sim!

SH: A oferta de serviços, atividades, equipamentos / infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente?

PC10: São poucos, podiam ser mais.

SH: Que atividades de animação se encontram disponíveis?

PC10: Aqui na zona, é o Agitágueda.

SH: Que serviços consideras essenciais?

PC10: Transporte, limpeza dos espaços, basicamente.

SH: Na tua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

PC10: Mais dinamização, não só no verão, mas ao longo do ano todo.

SH: Relativamente ao marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

PC10: Internet, telemóvel, televisão.

SH: Que tipo de informação procuras?

PC10: Tudo que tenha a ver com viagens, um pouco do que se passa no mundo e em Portugal.

SH: O que te leva a visitar o local?

PC10: Se gostei do atendimento (por exemplo). Se gostei das pessoas... Se gostei do local... se foi agradável, se não foi.

SH: Outras questões. Quais as atitudes ecológicas que valorizas?

PC10: A reciclagem, a proteção de espécies em extinção.

SH: Quais são as tuas motivações e expetativas para o futuro?

PC10: Motivações... não sei. Expetativas... tenho algumas. Motivações... não sei, olha.. Motivações... Neste momento, no meu trabalho, não tenho grandes motivações, não há perspectiva de melhorias, não se sai dali, pronto. Estagnou!

SH: As condicionantes à atividade são então monetárias?

PC10: Sim. São más!

Considerações

A entrevista teve uma duração razoável para o que era previsto no guião. Na transcrição da entrevista faltou o fator tempo que pode ter a ver com a necessidade de pensar sobre a resposta, que pode eventualmente levar a interpretações interessantes, nomeadamente estados emocionais (nervosismo, riso, etc). Outros estados emocionais, ruído, bem como dobragem de vozes não foram enunciados na transcrição.

Análise de Conteúdo

Esta técnica pressupõe a analisar o que é explícito na transcrição para obter indicadores que permitam fazer inferências. Para análise da entrevista é feita uma análise qualitativa, ou seja, procura-se salientar, classificar, agregar e categorizar trechos da entrevista transcrita, que se apresenta em forma de tabela.

Tabela 1 – Análise das entrevistas exploratórias aos potenciais consumidores

Fases da Entrevista	Questões	Unidade de Contexto	Unidade de Registo	Clientes	Conclusões
1ª Fase – Perfil do Cliente	Idade	“33.”	33	Cliente 1	Média de idades: 33,3
		“29.”	29	Cliente 2	
		“eu tenho 31.”	31	Cliente 3	
		“20.”	20	Cliente 4	
		“39.”	39	Cliente 5	
		“26.”	26	Cliente 6	
		“A minha idade é 34 anos.”	34	Cliente 7	
		“26.”	26	Cliente 8	
		“47.”	47	Cliente 9	
		“48.”	48	Cliente 10	
	Origem	“Coimbra.”	Portugal	Cliente 1	A maior parte dos entrevistados é natural de Águeda e de origem portuguesa.
		“Natural de Águeda.”	Portugal	Cliente 2	
		“Sou daqui de Águeda.”	Portugal	Cliente 3	
		“De Águeda.”	Portugal	Cliente 4	
		“Português.”	Portugal	Cliente 5	
		“Ucraniana.”	Ucrânia	Cliente 6	

		“Eu nasci em Portugal e vivo na África do Sul.”	Portugal	Cliente 7	
		“Sul Africana.”	África do Sul	Cliente 8	
		“Portuguesa.”	Portugal	Cliente 9	
		“Portuguesa.”	Portugal	Cliente 10	
	Atividades e hobbies	“Sou desenhador projetista, pratico ginásio e faço pintura.”	Ginásio Pintura	Cliente 1	As atividades de destaque são: atividades físicas: desporto e as caminhadas
		“Ginásio e caminhada.”	Ginásio Caminhadas	Cliente 2	
		“Eu pratico desporto, crossfit. Outro hobbie que tenho é a leitura e gosto de desportos ao ar livre.”	Crossfit Leitura Desportos ao ar livre	Cliente 3	
		“Desporto e leitura.”	Desporto Leitura	Cliente 4	
		“Bicicleta, caminhadas, mergulho.”	Ciclismo Caminhadas Mergulho	Cliente 5	
		“Natação por norma. Gosto de ir conhecer sítios novos, natureza preferencialmente ao nível de Portugal.”	Natação Viajar	Cliente 6	
		“Um bocado de exercício: correr, ciclismo e fotografia.”	Corrida Ciclismo Fotografia	Cliente 7	
		“Cozinhar, desenho, música.”	Cozinhar	Cliente 8	

			Desenhar Música		
		“Caminhadas.”	Caminhadas	Cliente 9	
		“Aeróbica, zumba, caminhadas.”	Aeróbica Zumba Caminhadas	Cliente 10	
	Motivação da viagem	“Viajar, explorar, aumentar o conhecimento empírico.”	Explorar Conhecimento empírico	Cliente 1	Motivação para viajar trata-se de explorar novos locais (turismo)
		“Conhecer um local diferente, descansar e acima de tudo, namorar.”	Conhecimento empírico Descansar Namorar	Cliente 2	
		“Maioritariamente turística e/ou férias.”	Turismo Férias	Cliente 3	
		“Conhecer, conhecimento.”	Conhecimento empírico	Cliente 4	
		“Descanso.”	Descansar	Cliente 5	
		“Gosto de ir conhecer sítios novos, natureza preferencialmente ao nível de Portugal, o que existe de cascatas e (por exemplo) a Costa Alentejana é um sítio que gostava de conhecer, toda a costa gostaria de conhecer.”	Turismo	Cliente 6	
		“Ver coisas novas, como se diz, novas e velhas. Ver a história do país que Portugal tem também.”	Turismo Cultural	Cliente 7	
		“Família. Visitar sítios históricos e paisagens.”	Visitar família Turismo Cultural e de	Cliente 8	

			Natureza		Os critérios mais utilizados para organizar a viagem são a relação qualidade/custo e a altura das férias.
		“Lazer, explorar novos sítios.”	Lazer Explorar	Cliente 9	
		“Gosto de conhecer novos povos, novas culturas, ver coisas diferentes.”	Turismo Cultural Experiências	Cliente 10	
	Os critérios que utiliza para organizar a sua viagem	“O tempo e o custo.”	Férias Custo	Cliente 1	
		“Preço e em segundo o local.”	Custo Local	Cliente 2	
		“os critérios que eu utilizo são o apelo da envolvente, da paisagem, do local, preços e também a oportunidade e curiosidade.”	Atratividade do ambiente Paisagem Local Custo Oportunidade Curiosidade	Cliente 3	
		“Não tenho muitos critérios, é mais em cima do joelho. É preparar e andar.”	Não tem	Cliente 4	
		“por querer visitar o sítio.”	Interesse	Cliente 5	
		“Tem a ver com o custo, claro. Como neste momento, o meu interesse é Costa Alentejana.”	Custo Interesse	Cliente 6	
		“Geralmente é tempo: verão ou inverno.”; “O preço conta só que no verão dá para fazer mais coisas, mais rendimento.”	Férias Custo	Cliente 7	
		“Tempo do Ano. Preço e também altura do ano	Estação do Ano	Cliente 8	

		que dá mais jeito.”	Custo Férias		
		“Tempo e dinheiro é muito importante!”	Férias Custo	Cliente 9	
		“O preço. Qualidade/preço”	Custo Qualidade	Cliente 10	
	Como Viaja	“Individual.”	Individual	Cliente 1	A maior parte dos entrevistados viaja em grupo de amigos ou família mas também realizam viagens individualmente.
		“Em família.”	Família	Cliente 2	
		“Família e individual.”	Família e Individual	Cliente 3	
		“Faço muitas viagens individuais mas às vezes em família ou com um grupo de amigos.”	Família Grupo Individuais	Cliente 4	
		“Em casal.”	Família	Cliente 5	
		“Por norma em grupo de amigos, mas às vezes faço viagens para os meus pais e assim.”	Grupo Família	Cliente 6	
		“Em família.”	Família	Cliente 7	
		“Família.”	Família	Cliente 8	
		“Família.”	Família	Cliente 9	
		“Em família, sempre.”	Família	Cliente 10	
	Qual o tipo de Transporte que utiliza	“Carro e transportes públicos coletivos.”	Carro Transportes Coletivos	Cliente 1	O tipo de transporte mais utilizado é sem dúvida o carro.
		“Carro ou avião.”	Carro Avião	Cliente 2	

		“Eu viajo por transporte próprio.”	Carro Mota	Cliente 3	
		“Carro ou Avião.”	Carro Avião	Cliente 4	
		“Avião e carro.”	Avião Carro	Cliente 5	
		“Carro ou então transporte público (autocarro).”	Carro Transporte coletivo	Cliente 6	
		“Para chegar cá, o avião. Depois é de carro.”	Avião Carro	Cliente 7	
		“Normalmente é de carro e tentamos usar metro quando podemos, em sítios que há.”	Carro Transportes coletivos Avião	Cliente 8	
		“Carro.”	Carro	Cliente 9	
		“Normalmente, avião ou carro.”	Avião Carro	Cliente 10	
2ª Fase – Procura	Quais os meses de maior procura?	“Todo o ano. Dependendo das condições climatéricas.”	Todo Ano	Cliente 1	Os meses de maior procura vão ao encontro dos meses das férias de verão (junho, julho, Agosto) e férias de natal (Outubro, Novembro, Dezembro).
		“Junho e julho ou então outubro e novembro.”	Junho Julho Outubro Novembro	Cliente 2	
		“Normalmente é o mês de agosto e o mês dezembro.”	Agosto Dezembro	Cliente 3	
		“Julho e agosto.”	Julho	Cliente 4	

			Agosto		
		“Setembro, outubro. Maio e junho.”	Setembro Outubro Maio Junho	Cliente 5	
		“Julho, algumas vezes Junho ou início de Setembro.”	Julho Junho Setembro	Cliente 6	
		“Junho, julho, agosto.”	Junho Julho Agosto	Cliente 7	
		“Entre maio e setembro.”	Entre maio e setembro	Cliente 8	
		“Por norma, é sempre em Agosto que é a altura em que tenho férias.”	Agosto	Cliente 9	
		“Normalmente é agosto e dezembro.”	Agosto Dezembro	Cliente 10	
	Qual o tempo de permanência?	“2, 3 dias.”	2/3 dias	Cliente 1	O tempo de permanência geralmente é de 1 a 2 semanas.
		“Junho e Julho (7 a 10 dias). Outubro e Novembro (5 a 7 dias)”	7 a 10 dias 5 a 7 dias	Cliente 2	
		“No mês de agosto normalmente entre uma semana a duas e no mês de dezembro uma semaninha.”	1 semana 2 semanas	Cliente 3	
		“Mais ou menos duas semanas.”	2 semanas	Cliente 4	
		“Uma semana.”	1 semana	Cliente 5	

		“Se der para todos, uma semana.”	1 semana	Cliente 6	
		“Um mês.”	1 mês	Cliente 7	
		“Normalmente 3 semanas, um mês.”	3 semanas 1 mês	Cliente 8	
		“15 dias.”	15 dias	Cliente 9	
		“1 semana.”	1 semana	Cliente 10	
	Que atividades costuma realizar nas áreas rurais?	“Gosto de explorar e de atividades de lazer.”	Explorar Atividades de Lazer	Cliente 1	As atividades mais realizadas em áreas rurais são as atividades de lazer: caminhadas, campismo.
		“Caminhada.”	Caminhada	Cliente 2	
		“Em áreas rurais já realizei atividades, por exemplo: em forno de lenha. Já realizei atividades de construções para animais e também agricultura, coisas relacionadas com a agricultura.”	Atividades tradicionais (construções, forno a lenha, agricultura)	Cliente 3	
		“Campismo, piqueniques, caminhadas, equitação.”	Campismo Piqueniques Caminhadas Equitação	Cliente 4	
		“Bicicleta, caminhadas, mergulho.”	Ciclismo Caminhadas Mergulho	Cliente 5	
		“É mais à base de passeio e se houver rios, natação e assim.”	Passeios Natação	Cliente 6	
		“Passear, ver a natureza, ver a floresta, ver	Passeios	Cliente 7	

		natureza que a gente precisa apreciar e fotografar, que faz parte da aventura.”	Explorar natureza Fotografia		
		“Ciclismo, caminhadas, mais isso.”	Ciclismo Caminhadas	Cliente 8	
		“Vamos considerar campismo.”	Campismo	Cliente 9	
		“Caminhadas.”	Caminhadas	Cliente 10	
	Quais as atividades de maior procura?	“Caminhadas, tudo que envolve o conhecimento do lugar e empírico.”	Caminhadas Conhecimento empírico	Cliente 1	As atividades de maior procura são as caminhadas, atividades de natureza e desporto.
		“Caminhada.”	Caminhadas	Cliente 2	
		“Normalmente são relacionadas com a atividade física, até. Por exemplo as atividades que realizei relacionadas com a agricultura foram plantar árvores e estar envolvido na parte de jardinagem”	Atividades físicas Agricultura Plantação de árvores Jardinagem	Cliente 3	
		“O campismo.”	Campismo	Cliente 4	
		“Bicicleta.”	Ciclismo	Cliente 5	
		“Visitas e caminhadas.”	Visitação Caminhadas	Cliente 6	
		“Para mim é mais pelos hobbies de fotografia.”	Fotografia	Cliente 7	
		“Lugares bonitos para caminhar que tenham vistas, natureza ou então coisas históricas.”	Paisagem Caminhadas Visitas culturais ou de natureza	Cliente 8	

		“Vamos manter-nos na caminhada.”	Caminhadas	Cliente 9	
		“Natureza e desporto.”	Atividades de Natureza e Desporto	Cliente 10	
3ª Fase – Oferta	Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos suficientes?	“Considero Águeda bastante atrativa. Mas a nível de alojamentos para o que procuro, do meu conhecimento, não.”	Não	Cliente 1	A maioria dos entrevistados considera que Águeda não tem alojamentos atrativos e os que tem são insuficientes.
		“Não.”	Não	Cliente 2	
		“Neste momento eu dar-lhe-ia um nível médio de oferta porque está a melhorar mas ainda não está.”	Sim	Cliente 3	
		“Muito poucos.”	Insuficiente	Cliente 4	
		“Não.”	Não	Cliente 5	
		“Como moro em Águeda não andei assim à procura mas penso que sim. Até existe alguma ofertazita. Não sei é se é de preços acessíveis mas...”	Sim	Cliente 6	
		“Às vezes falta coisas. Tem um ponto que atrai muito mas só que é mais na cidade, para fora não atrai muito, na parte rural, estou a falar de certo.”	Não especificado	Cliente 7	
		“Acho que não. Pelo menos não se vê muitos e o que se pode ter também não é rural.”	Não	Cliente 8	
		“Sinceramente, não tenho muito conhecimento sobre isso.”	Sem conhecimento	Cliente 9	
		“Já começa a ter alguns, sim!”	Sim	Cliente	

				10	
	A Oferta de serviços, atividades e equipamentos/infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente?	<p>“Depende do que se pretende. Se quiseres, qualquer coisa relacionada com a natureza... acho que não, em Águeda ainda não temos neste momento.”</p> <p>“Não.”</p> <p>“Acho que não.”</p> <p>“Sim, mas podia ser melhor naqueles que já tem.”</p> <p>“Não.”</p> <p>“Pelo menos neste mês que nós temos o Agitágueda, sim, é bom.”</p> <p>“Não, porque se eu não tiver carro. Tenho de vir para aqui com carro.”</p> <p>“Sim e não. O acesso a certos sítios não são fáceis se a gente não souber onde é que vai. Portanto, mais o acesso para certos sítios.”</p> <p>“Pois, não tenho ideia nenhuma sobre isso.”</p> <p>“São poucos, podiam ser mais.”</p>	<p>Não</p> <p>Insuficiente</p> <p>Insuficiente</p> <p>Suficiente</p> <p>Insuficiente</p> <p>Suficiente</p> <p>Insuficiente</p> <p>Indefinido</p> <p>Sem conhecimento</p> <p>Insuficiente</p>	<p>Cliente 1</p> <p>Cliente 2</p> <p>Cliente 3</p> <p>Cliente 4</p> <p>Cliente 5</p> <p>Cliente 6</p> <p>Cliente 7</p> <p>Cliente 8</p> <p>Cliente 9</p> <p>Cliente 10</p>	<p>A oferta de serviços, atividades e infraestruturas/equipamentos é na opinião dos entrevistados insuficiente, com necessidade de melhorias no que diz respeito à divulgação das atividades e serviços.</p>
	Que atividades de animação se encontram disponíveis?	<p>“Agitágueda, Festa do Leitão, S. Sebastião, Centro de Artes e Espetáculos.”</p>	<p>Agitágueda</p> <p>Festa do leitão</p> <p>S. Sebastião</p> <p>Centro de Artes e</p>	<p>Cliente 1</p>	<p>Agitágueda</p> <p>Festa do Leitão</p> <p>S. Sebastião</p> <p>Centro de artes e espetáculos</p>

			espetáculos		Sextas-feiras culturais
		“Agitágueda, a Festa do Leitão e a visita ao pai natal.”	Agitágueda Festa do leitão Visita ao Pai Natal	Cliente 2	Visita ao Pai natal Canoagem Insufláveis
		“Só existe o Agitágueda e depois a Feira do Leitão, são as mais conhecidas.”	Agitágueda Festa do leitão	Cliente 3	Festim Atividades de aventura/ radicais
		“Em Águeda... canoagem, insufláveis, escalada e não me recorde de mais nenhum.”	Canoagem Atividades de animação: insufláveis Atividades de aventura/radicais: escalada	Cliente 4	
		“Agitágueda e as sextas feiras culturais.”	Agitágueda Sextas-feiras culturais	Cliente 5	
		“Temos várias atividades culturais.”; “(...) Agitágueda depois temos ao nível da D’Orpheu que é a Associação Cultural, o Festim (...)”	Agitágueda Festim	Cliente 6	
		“Tem só agora aquele, o Agitágueda que atrai muito mais.”	Agitágueda	Cliente 7	
		“Mais conhecido é o Agitágueda (...)”	Agitágueda	Cliente 8	
		“Agitágueda. Cinema, desportos ao ar livre e pouco mais.”	Agitágueda Cinema Desportos ao ar livre	Cliente 9	
		“Aqui na zona, é o Agitágueda.”	Agitágueda	Cliente 10	

	Que serviços considera essenciais?	“Bom atendimento e fácil acesso à natureza e ao ar livre.”	Atendimento Acessibilidade	Cliente 1	Atendimento Transportes Conforto Higiene e limpeza Entretenimento Qualidade do serviço
		“Os transportes, o atendimento.”	Transportes Atendimento	Cliente 2	
		“Eu acho que são muito relacionados com o conforto e higiene nas estadias e depois para o entretenimento no público”	Conforto Higiene Entretenimento	Cliente 3	
		“O atendimento ao cliente para mim é um serviço fucral. Mas a prestação do serviço em si, a cordealidade que tem entre o serviço e o cliente.”	Atendimento Qualidade do serviço e da prestação do serviço	Cliente 4	
		“Transporte.”	Transporte	Cliente 5	
		“Atendimento ao público (...);” e “Depois os serviços em termos de transporte (...)”	Atendimento Transporte	Cliente 6	
		“O transporte.”	Transporte	Cliente 7	
		“Limpeza de espaços na cidade acho que é o suficiente, acho que está bem gerido. Agora transporte, é que a gente não vê muito.”	Limpeza de espaços Transporte	Cliente 8	
		“Eu acho que os transportes públicos eram essenciais.”	Transportes	Cliente 9	
		“Transporte, limpeza dos espaços, basicamente.”	Transporte Limpeza dos espaços	Cliente 10	
	Na sua opinião, o que falta a	“Alojamento rural com um conceito diferente e	Alojamento rural	Cliente 1	Alojamento

	Águeda para ser um destino turístico?	atrativo.”			Definição de um plano de atividades anuais Dinamização de atividades e eventos
		“Iniciativa, estabelecimentos de turismo rural que pudessem dinamizar a cidade o ano inteiro e não apenas em três períodos.”	Iniciativa Alojamento rural Definição de um plano de atividades anual	Cliente 2	
		“Eu acho que o que falta neste momento é realmente um dispersar das atividades culturais que existem.”	Definição de um plano de atividades anual	Cliente 3	
		“Essencialmente, mais alojamento e a criação de mais atividades ou feiras ou festivais que dinamizem Águeda e que não sejam só feiras sazonais, a certa altura.”	Alojamento Criação de atividades ou feiras ou festivais ao longo do ano	Cliente 4	
		“Falta tudo. Animação, serviços de transporte.”	Animação Serviços de transporte	Cliente 5	
		“Acho que o que falta aqui é mais um parque de campismo ou assim, nem que seja temporário durante a oferta das atividades para os turistas (...)”	Parque de campismo	Cliente 6	
		“Se eles conseguissem juntar os dois: os festivais e tal mas também com a natureza, atrai muitos mais públicos.”	Coordenação/Interligação entre as atividades	Cliente 7	
		“A cidade precisa de ter mais publicidade a outras áreas que podem ser utilizadas.”	Informação/Comunicação de atividades	Cliente 8	
		“Tirando o Agitágueda, não sei. Sinceramente não sei. Não tenho nenhuma opinião formada	Agitágueda	Cliente 9	

		sobre isso.”			
		“Mais dinamização, não só no verão, mas ao longo do ano todo.”	Planificação e dinamização de atividades ao longo do ano	Cliente 10	
4ª Fase – Marketing	Quais os canais de distribuição e de comunicação?	“Internet (Facebook e booking, por aí...)”	<i>Facebook</i> <i>Booking</i>	Cliente 1	Os canais de distribuição mais utilizados são as redes sociais (<i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>) e plataformas de informação e opinião (<i>Tripadvisor</i> e <i>Google</i>).
		“ <i>Facebook, instagram, viber, whatsapp.</i> ”	<i>Facebook</i> <i>Instagram</i> <i>Viber</i> <i>Whatsapp</i>	Cliente 2	
		“Eu uso muito: <i>facebook</i> , o <i>tripadvisor</i> . Uso também o <i>google guides</i> , eu sou guia.”	<i>Facebook</i> <i>Tripadvisor</i> <i>Google Guides</i>	Cliente 3	
		“Revistas de viagens e internet.”	Revistas de viagens Internet	Cliente 4	
		“Telemóvel, internet.”	Telemóvel Internet	Cliente 5	
		“Online, sempre.”	Internet	Cliente 6	
		“Geralmente, é o <i>facebook</i> e tal... que uso muito mais porque são coisas que estão sempre a aparecer e são mais utilizadas.”	<i>Facebook</i>	Cliente 7	
		“O <i>instagram</i> e o <i>facebook</i> são os canais mais utilizados.”	<i>Instagram</i> <i>Facebook</i>	Cliente 8	
		“Net.”	Internet	Cliente 9	
		“Internet, telemóvel, televisão.”	Internet	Cliente	

			Telemóvel Televisão	10	
	Tipo de informação que procura?	“Natureza, locais baratos que envolvem a cultura do lugar.”	Natureza Locais baratos Cultura Local	Cliente 1	Informação sobre locais e prestação de serviços (alojamento, atividades de natureza e culturais, preçário e condições de apoio).
		“Procuro os comentários relativamente ao sítio para onde no <i>booking</i> de forma a perceber a qualidade do estabelecimento.”	Comentários do <i>booking</i> Qualidade dos estabelecimentos	Cliente 2	
		“Eu procuro muito informação de estadias turísticas (por exemplo: no tripadvisor) e outras situações ao nível de praias fluviais, estâncias de ski que foi de uma das últimas vezes que realizei assim férias rurais. E de resto informação em geral sobre leitura (por exemplo) que é um dos hobbies.”	Estadias turísticas Praias fluviais Estâncias de ski Informação sobre leitura	Cliente 3	
		“Os serviços de restaurante e bar, as condições sanitárias.”	Restaurantes Bares Condições sanitárias	Cliente 4	
		“Notícias, desporto, coisas pessoais.”	Notícias Desporto Coisas Pessoais	Cliente 5	
		“Utilizo muitas vezes as plataformas de procura como <i>Homeaway</i> , as ofertas que existem de alojamentos fora do nosso distrito ou até mesmo no nosso distrito, existe sempre uma	Ofertas de alojamento Serviços disponíveis Preço Condições dos	Cliente 6	

		oferta lá. Na disponibilidade dos serviços, preço e depois o que é que dispõe no alojamento. Se existe pelo menos as condições mínimas se existem extras.”	estabelecimentos Extras		
		“Geralmente, para mim, quando estou de férias, sítios com história e com natureza para fotografar (a beleza das plantas, das árvores, dos pássaros, o que for) tudo que tem a ver com a natureza.”	Turismo Cultural Turismo de Natureza	Cliente 7	
		“Atividades que possam haver. Duração das atividades, é mais ou menos isso.”	Atividades disponíveis Duração das atividades	Cliente 8	
		“Preços, locais.”	Preços Locais	Cliente 9	
		“Tudo que tenha a ver com viagens, um pouco do que se passa no mundo e em Portugal.”	Viagens Notícias	Cliente 10	
	O que leva a fidelizar-se enquanto cliente?	“Sociabilidade, conhecimento.”	Sociabilidade Conhecimento	Cliente 1	Os entrevistados fidelizam-se de acordo com a garantia de satisfação da qualidade do serviço (atendimento, produto, limpeza dos espaços, comunicação e informação disponibilizada), a localização e o ambiente local.
		“Bom atendimento, gastronomia, o ambiente local.”	Atendimento Gastronomia Ambiente Local	Cliente 2	
		“Qualidade do serviço e também o apelo do local, sem dúvida.”	Qualidade do serviço Atração local	Cliente 3	
		“Por incrível que pareça a proximidade a uma praia ou algo que tenha água. Depois o atendimento ao cliente, o espaço e depois a	Proximidade a praias ou água Atendimento	Cliente 4	

		cordialidade que há entre o <i>site</i> e aquilo que apresenta na realidade. A simplicidade é um fator que eu também dou imenso de valor, pelo simples facto de: não há nada para complicar, quanto mais simples melhor... a pessoa vai entender e vai conseguir organizar-se. E a criatividade, o facto de haver, por exemplo, num campismo alguém a tocar ao vivo, atividades que façam todos os dias.”	Local Transparência do estabelecimento Informação simplificada Criatividade Atividades		
		“Higiene e atendimento e proximidade a certos sítios.”	Higiene Atendimento Proximidade a locais	Cliente 5	
		“Principalmente do serviço do pessoal que trata de agendar uma viagem ou assim. Principalmente isso.”	Serviço de atendimento das agências de viagem	Cliente 6	
		“Por experiência eu já sei que todos os anos que venho cá a natureza muda e cada vez que a gente aparece lá outra vez aparece sempre um diamante diferente daquilo que a gente tinha encontrado.”	Evolução do local	Cliente 7	
		“A beleza, a simpatia e ter qualquer que nos faça voltar, um elemento de surpresa.”	Paisagem Simpatia Campanhas/brindes Fator surpresa	Cliente 8	
		“Se for bom... Se eu tiver gostado, concerteza	Satisfação Inicial	Cliente 9	

		volto!”			
		“Se gostei do atendimento (por exemplo). Se gostei das pessoas... Se gostei do local... se foi agradável, se não foi.”	Atendimento Hospitalidade Atração do Local Ambiente Local	Cliente 10	
5ª Fase – Outras Questões	Atitudes ecológicas	“Limpeza dos espaços, sensibilização das questões ambientais, civismo.”	Limpeza Local Sensibilização Ambiental Civismo	Cliente 1	Todos os clientes valorizam as questões ecológicas, nomeadamente, a reciclagem, civismo, conservação dos espaços naturais, utilização de recursos renováveis.
		“Reciclagem e a Limpeza dos espaços em si.”	Reciclagem Limpeza Local	Cliente 2	
		“Eu valorizo aqueles lugares que são rígidos em relação (por exemplo) aos lixos.”	Civismo Legislação Ambiental do local /Código de conduta	Cliente 3	
		“Para empresas, eu acho que o facto de apostarem numa fonte de energia limpa (Por exemplo: a energia eólica). Para governos ou municípios o facto de fiscalizarem as próprias empresas para evitar crimes ao nível ambiental e até mesmo a própria poluição. Ao nível do município se calhar criarem um sistema de coleta seletiva de lixo, já há reciclagem e tudo mais mas nunca é demais. E aproveitar as águas para a rega e não andar a gastar água desnecessariamente.”	Energias Renováveis Sistemas de Gestão Ambiental Reciclagem Reutilização da água	Cliente 4	

		“Higiene.”	Higiene	Cliente 5
		“Se vamos para um campismo deixar minimamente a área que estamos a utilizar limpa e claro avisar as pessoas que estão connosco para fazer o mesmo. Fazer separação do lixo, que eu faço sempre, esteja fora de casa esteja dentro de casa. E claro, transportes... se houver soluções de transportes públicos não vejo necessidade nenhuma de levar um carro, se for para levar um carro, que seja o mínimo de carros possível.”	Limpeza/Conservação local Sensibilização ambiental Reciclagem Utilização de transportes públicos	Cliente 6
		“Isso tem de ser sempre preservação das espécies, limpeza. Isso faz sempre... para a natureza certas coisas não deviam estar lá. Certas coisas devia-se manter a natureza como é e não é a poluir como os humanos poluem.”	Preservação das espécies Limpeza dos espaços Conservação dos espaços naturais	Cliente 7
		“Manter os espaços limpos. Portanto, ter a reciclagem, pontos de poder desfazer dos lixos e isso. A maneira como conservam a natureza, manter tudo ao natural e não estar a embelezar, o artificial.”	Conservação dos espaços naturais Reciclagem Pontos de recolha	Cliente 8
		“Acho que é muito importante fazer a reciclagem e ter cuidados com a natureza.”	Reciclagem Conservação e preservação da natureza	Cliente 9
		“A reciclagem, a proteção de espécies em	Reciclagem	Cliente

		extinção.”	Proteção de espécies em extinção	10	As motivações e expetativas da maioria dos clientes passam por viajar e conhecer e obter novas experiências.
	Motivações e expetativas futuras	“Espero cumprir com os objetivos que me propus no âmbito pessoal, entre eles o aumento do conhecimento empírico, neste caso específico que envolve a natureza.”	Aumentar o conhecimento empírico na natureza	Cliente 1	
		“Viajar para explorar outros locais.”	Viajar Explorar locais	Cliente 2	
		“Eu espero que surjam projetos aqui na zona interessantes porque também falta um bocadinho disso aqui em Águeda. Acho que falta um pouco explorar a parte do rural que não está a ser explorada, pronto.”	Aparecimento de novos projetos locais em Águeda Explorar o rural da região	Cliente 3	
		“Quero viajar mais. Quero que realmente que Águeda seja alguém. E não só conhecida pelo festival, pelo Agitágueda. E acho que é essencialmente isso.”	Viajar Reconhecimento de Águeda como um destino turístico	Cliente 4	
		“Viagens, visitar, exatamente.”	Viajar	Cliente 5	
		“Em termos de viagens, gostaria de conhecer o mundo todo, não é. Acho que muita gente gostaria. Mas neste momento a prioridade talvez em termos de viagens é conhecer Portugal mesmo.”	Viajar pelo mundo Conhecer Portugal	Cliente 6	
		Sem registo	Sem registo	Cliente 7	
		“Portanto, de maneira que venho muito a	Revisitar Portugal	Cliente 8	

		Portugal que é também para tirar ideias.”			
		“Que as coisas mudem e que possam haver mais espaços que as pessoas possam ir em família.”	Evolução no turismo em família	Cliente 9	
		“Motivações... não sei. Expetativas... tenho algumas.”	Não especificado	Cliente 10	
	Condicionantes à atividade	“Talvez a falta de tempo e por vezes custos elevados de certas épocas tendo em conta alojamento, alimentação e o transporte.”	Falta de tempo Custos elevados (época alta) – Condições financeiras	Cliente 1	As condicionantes à atividades relacionam-se com a falta de tempo e condições financeiras, no que concerne à gestão de férias.
		“O dinheiro. E para ter dinheiro precisa-se de trabalhar. Para se trabalhar só se tem x dias de férias. E o tempo.”	Condições financeiras Falta de tempo	Cliente 2	
		“É realmente a época em que as férias calham ou não. Tirando o facto de às vezes poder aproveitar um fim de semana alargado ou não. Só posso fazer viagens quando estou de férias, porque trabalho numa fábrica.”	Gestão de férias	Cliente 3	
		“Falta de tempo e possibilidades financeiras. Mas é mais a falta de tempo.”	Falta de tempo Condições financeiras	Cliente 4	
		“A condicionante é ter férias na altura certa.”	Gestão de férias	Cliente 5	
		“É ter um trabalho que me permita isso, não é.”	Gestão de férias	Cliente 6	
		“Tem muito a ver com câmbio da moeda. Se a moeda estiver boa do meu lado atrai muito mais para passear mais, principalmente na	Condição financeira	Cliente 7	

		europa.”			
		“Dinheiro.”	Condição financeira	Cliente 8	
		“Essencialmente, monetária.”	Condição financeira	Cliente 9	
		“(…) Sim. São más!”	Condições financeiras	Cliente 10	

Na coluna de unidade de contexto encontram-se os fragmentos de texto que dão resposta à questão. Na coluna de unidade de registo encontram-se as indicações que contextualizam a unidade de contexto no desenrolar da entrevista.

Breve Interpretação dos Dados

Tendo em conta a análise qualitativa dos dados, obter informação a partir dos entrevistados, a tabela acima representada, apresenta os resultados das perguntas lançadas e dos fragmentos de texto do discurso da entrevistada, o que leva à seguinte análise:

Numa **1ª fase**, relativa ao perfil do cliente a média de idades dos inquiridos situa-se na casa dos 33 anos. Quase todos os entrevistados são naturais de Águeda, ou seja, de origem Portuguesa. As atividades e hobbies de destaque são atividades físicas: desporto e caminhadas. A principal motivação para viajar é o conhecimento de novos locais, ou seja, o turismo. Os critérios mais relevantes para organizar a viagem na opinião dos entrevistados traduzem-se na relação qualidade/preço e a gestão das férias (altura em que é possível). A maior parte dos entrevistados viaja em grupo (família ou amigos) embora também o faça de forma individual. E por fim, o tipo de transporte que mais utilizam é o carro.

Numa **2ª fase**, relativa à procura, os meses de maior procura pelo cliente são os meses de férias de verão e de férias de natal. O tempo de permanência no geral é de 1 a 2 semanas. As atividades que os entrevistados costumam realizar com frequência em áreas rurais são atividades de lazer, nomeadamente, as caminhadas e o campismo. As atividades de maior procura dos entrevistados são as caminhadas, atividades de natureza e desporto.

Em **3ª fase**, no que toca à oferta, os entrevistados consideram que Águeda tem alguns alojamentos atrativos, mas são ainda insuficientes para garantir a permanência de turistas. Quanto à oferta de serviços, atividades, equipamentos ou infraestruturas, os entrevistados consideram que são insuficientes principalmente no que diz respeito às atividades, serviços e divulgação dos mesmos. Os entrevistados reconhecem uma variedade de atividades em determinadas épocas, sendo *o Agitágueda e a Festa do leitão* o conhecido de todos. Os serviços considerados essenciais pelos entrevistados são efetivamente o transporte, atendimento, atividades, conforto e limpeza dos espaços. Para os entrevistados, o que falta a Águeda para ser um destino turístico são mais alojamentos, um plano de atividades anual e maior divulgação de todas as atividades e eventos da região.

Perante a **4ª fase**, o marketing, os canais de distribuição mais utilizados pelos entrevistados são as redes sociais (Facebook, Instagram, entre outros) e as plataformas de informação e opinião (Tripadvisor, Booking, Google, entre outros). Os tipos de

informações que os entrevistados procuram são: informação sobre os locais de interesse; atividades que possam desenvolver; alojamentos e suas condições de serviço; e, por fim, o preço/disponibilidade. Os entrevistados fidelizam-se de acordo com a garantia de satisfação da qualidade do serviço (atendimento, produto, limpeza dos espaços, comunicação e informação disponibilizada), a localização e o ambiente local.

Por fim, na **5ª fase** faz-se o levantamento de outras questões, nomeadamente, a valorização das questões ecológicas. Constata-se que os entrevistados valorizam a ecologia, fazendo salientar a prática da reciclagem, a importância do civismo e a necessidade de proteger e conservar os espaços naturais, assim como os recursos. As principais motivações e expectativas dos entrevistados passam por viajar, conhecer e obter novas experiências. Contudo as condicionantes são a falta de dinheiro e a dificuldade de gerir as férias.

Apêndice E – Transcrições das Entrevistas Exploratórias dos Agentes Locais

Entrevistadora

Conduziu-se a entrevista, tendo por base o guião de entrevista exploratória referido anteriormente. Contudo, ao longo da entrevista teve-se necessidade de reformular algumas questões, de modo a que o entrevistado percebesse o objeto da questão.

Entrevistado

O guião de entrevista exploratória foi cedido previamente, o que possibilitou um primeiro contacto com o teor das questões e a tomada de consciência dos objetivos do estudo e da importância da respetiva participação, entre outros elementos. Este contacto é de grande utilidade uma vez que contribuiu para uma tranquilização do entrevistado, por conseguinte, o sucesso da entrevista.

Entidade 1

Entrevistada: Gerente no Restaurante – Varanda do Rio substituído por (VR) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Transcrição da Entrevista Exploratória relativa à caracterização da oferta e procura do destino Águeda – Restaurante Varanda do Rio

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 8 minutos e 3 segundos

SH: Boa tarde. Então, a primeira questão que tenho a fazer é a propósito do tipo de empresa. Se tem uma tutela de gestão ou propriedade?

VR: Nós temos uma concessão com a Câmara Municipal de Águeda.

SH: Ok. E o número de trabalhadores?

VR: Temos, portanto... o patrão, a gerência, temos 2 cozinheiras, 2 estagiários e temos 5 pessoas a prestar serviços.

SH: Em termos de localização geográfica? Onde se situam?

VR: O nosso restaurante localiza-se na baixa de Águeda.

SH: Ok. As atividades principais e complementares que o estabelecimento tem?

VR: Temos a parte da restauração e a esplanada.

SH: Os produtos que disponibiliza?

VR: Basicamente, alimentação e bebidas.

SH: Em termos de critérios utilizados para esses produtos. Quais são os critérios que utiliza? Se é que tem algum tipo de critérios?

VR: Basicamente, baseamo-nos na procura do cliente e dos fornecedores.

SH: Ok. Existe alguma parceria do estabelecimento com algumas empresas ou outras atividades?

VR: Sim. Temos parceria com o Hotel Conde da Borralha e a Residencial Celeste.

SH: Agora, vamos passar a outro tema que tem a ver com a caracterização do cliente. Em que a informação vai ser relativa ao mercado alvo. Qual é o seu principal público?

VR: Nós no fundo trabalhamos com o público em geral.

SH: E a origem dos clientes. Normalmente, são de onde?

VR: Temos clientes nacionais, clientes estrangeiros/ internacionais também.

SH: E esses clientes vêm em grupo ou individuais?

VR: Normalmente funcionamos mais com grupos ao nível de jantares e almoços e depois também temos os clientes individuais que funcionamos mais na parte da esplanada ou às vezes pessoal que vem jantar ou assim. Mas normalmente, mais grupos.

SH: Consegue-me identificar um grupo etário?

VR: Portanto, na parte da esplanada temos várias faixas etárias. Desde pessoal mais novo a pessoal mais velho. E depois temos mais na parte da restauração, acima dos 30 anos, normalmente é pessoal mais velho.

SH: E a motivação da procura. Tem consciência motivação da procura dos clientes?

VR: No fundo é a nossa qualidade gastronómica e a nossa vista privilegiada para o rio.

SH: Como habitualmente os clientes escolhem o local? Vêm através de outras pessoas? Contacto telefónico? Dirigem-se diretamente?

VR: Normalmente, as pessoas dirigem-se cá diretamente.

SH: Agora, falando um pouco da procura também. Quais os meses de maior procura do estabelecimento?

VR: Nós temos aqui a época alta que é em junho, julho e agosto.

SH: E o tempo de permanência?

VR: Não existe um tempo pré-definido.

SH: Que atividades costumam realizar em áreas rurais? Se é que fazem atividades em áreas rurais?

VR: De momento, não temos. Mas estamos a pensar em fazer atividades no rio. Vamos tentar arranjar uma parceria com uma empresa de eventos e atividades, para oferecer atividades aos clientes no fundo.

SH: Quais as atividades que acha que são de maior procura?

VR: É assim... Não é bem uma atividade, mas os clientes procuram mais a parte da restauração.

SH: Agora, em termos de oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

VR: É assim... Sinceramente, Não! Acho que Águeda tem muito para oferecer e neste momento, não dispõe de alojamentos turísticos suficientes para os clientes que temos. Até porque temos agora esta fase do *Agitágueda*, que é uma época muito alta, em que

recebemos muitos estrangeiros. E acho que não dispomos das condições suficientes para lhes oferecer, no fundo.

SH: Em termos de oferta de serviços, atividades e equipamentos disponibilizados dos estabelecimentos é suficiente?

VR: Sim, se bem que temos aqui muita coisa a faltar.

SH: Que atividades de animação se encontram disponíveis? Pode ser na altura alta ou baixa?

VR: É assim... No fundo as atividades concentram-se no mês de julho que é o mês do Agitágueda.

SH: Quais são os serviços que considera essenciais?

VR: Portanto, essenciais são os serviços de transporte, a restauração e neste caso o alojamento também.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

VR: Precisamos de um alojamento diferente que chame mais turistas. Um entretenimento, no fundo, que vá para além da época alta. Tudo isso é o que Águeda tem em falta e que precisa não só no mês do Agitágueda para oferecer aos seus clientes, mas sim, em toda a época.

SH: E em termos de marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que privilegia?

VR: Portanto, o Tripadvisor que é muito importante e também o Facebook.

SH: Qual seria o tipo informação que disponibiliza ou já disponibiliza?

VR: Os serviços prestados. Neste caso, no nosso restaurante: os horários e a informação de contacto.

SH: Existe alguma estratégia para fidelizar os clientes?

VR: Portanto, nós dispomos de um cartão de contacto. Temos o bom atendimento ao cliente que isso é também importante numa casa. E, neste caso, a qualidade do produto.

SH: Existe alguma fonte de financiamento para o negócio?

VR: O nosso negócio é privado através de uma concessão.

SH: Ok. Agora relativamente a outras questões. Mais na parte ecológica. Existem algumas atitudes ecológicas do estabelecimento?

VR: Sim. Nós fazemos o tratamento dos resíduos.

SH: Ok. E que motivações e expectativas tem para o futuro?

VR: Como já falei anteriormente, queremos criar atividades no rio, gostaríamos também de criar um *Take away* e esporadicamente ir criando um layout diferente.

SH: Agora por fim, que condicionantes à atividade pensa que existem?

VR: No fundo, a concorrência, não é?! Como é óbvio! E, no fundo, a sazonalidade. Porque nós funcionamos realmente muito bem na altura do verão. Ainda não apanhamos aqui a fase do inverno, ainda estamos um bocado há quem de como será. Mas penso que esta zona funciona um bocado por sazonalidade. E porquê?! Porque Águeda ainda não tem muitos serviços para oferecer e daí não funcionar bem o ano todo.

Entidade 2

Entrevistado: Coordenador de Atividades – Margens, Animação Turística e Eventos substituído por (MA) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Transcrição da Entrevista Exploratória relativa à caracterização da oferta e procura do destino Águeda – Margens, Animação turística e Eventos

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 9 minutos e 38 segundos

SH: Relativamente à entidade entrevistada o que pretendo saber é qual é a tutela de gestão ou propriedade (tipo de propriedade). Se é pública ou partilhada?

MA: É pública.

SH: O número de trabalhadores?

MA: Neste momento, a gente tem um! Aqui, só nesta atividade, temos à volta de 25 trabalhadores.

SH: Ok. Muda consoante as atividades ou normalmente são sempre 25?

MA: Não. Conforme as atividades. Há atividades que a gente precisa de 12, há atividades que a gente precisa só de 6, 5, 4... é conforme o cliente pede ou solicita os nossos serviços. E pede (por exemplo): “Só precisamos de “x” trabalhadores - (3)!” A gente procura 3 trabalhadores que possam nessa data fazer a nossa atividade.

SH: Sim. Em termos de localização geográfica da empresa? Situa-se em Águeda?

MA: Sim. Temos sede aqui em Águeda e temos sede em Lisboa. Principalmente a sede, quando ela foi fundada, foi em Lisboa.

SH: As atividades principais e complementares? Quais são as atividades que desenvolve na empresa normalmente?

MA: Eu, neste momento, estou só a desenvolver esta: o Agitágueda.

SH: Mas também existem atividades de desporto?

MA: Sim. Desde desporto, aventura, um bocadinho de tudo. Desde animação, desde pequenas a grandes atividades de grandes empresas.

SH: Quais são os produtos que disponibiliza? Neste caso, neste evento temos alguns.

MA: Sim, o que a gente disponibiliza é o que está aqui: o Air bungee, os Go karts, as setas e o babysitting. De resto, temos também os insufláveis. São as únicas coisas que a gente tem nesta atividade.

SH: Em outras atividades?

MA: Em outras atividades temos desde canoagem, peddy-paper, fazemos um bocadinho de tudo.

SH: Quais são os critérios que utiliza para selecionar ou comercializar estas atividades?

MA: Que eu concretizo, não foi da minha parte. Já me deram as coisas. Eles tentam procurar pessoas que estejam disponíveis para trabalhar os 23 dias, que não tenham folgas.

SH: Sim. Mas, por exemplo: como foram escolhidas estas atividades? Foi pelo cliente?

MA: Ah, sim! Foi através do cliente. Foi através da Câmara Municipal.

SH: Existem parcerias ou as parcerias vão sendo formadas?

MA: Existem algumas.

SH: Tem alguns nomes?

MA: É Animeventos: a única que eu conheço que é a que estou a trabalhar neste momento. E é o “Massa” que é uma empresa também. São as únicas que conheço, neste momento, que fazem parceria com a gente.

SH: Então agora relativamente à caracterização do tipo de clientes. Qual o mercado alvo que tem? O público?

MA: Desde os mais pequenos aos maiores. Dos 8 aos 80, como eu digo!

SH: E a origem geográfica? São todos nacionais?

MA: Não. Fazemos também internacionais, para empresas estrangeiras. Multinacionais.

SH: Os clientes normalmente vêm em grupo ou individual?

MA: Os clientes às vezes vêm individual. Outras vezes vêm em grupo.

SH: O grupo etário. Não tem uma faixa etária que seja mais concentrada?

MA: Não. É tudo misturado.

SH: A motivação da procura. Porque acha que os clientes procuram estas atividades?

MA: É para tirar o ritmo de trabalho. Muitas empresas querem quebrar aquela rotina das 8 da manhã às 8 da noite. E querem dar um dia diferente aos seus trabalhadores. Terem o dia livre.

SH: Como escolhem o local?

MA: A escolha do local é sempre pelo cliente, nunca é da nossa parte.

SH: Agora, relativamente à procura. Quais são os meses em que mais procuram estas atividades?

MA: Os meses de verão.

SH: Qual o tempo de permanência normalmente nas atividades?

MA: As atividades que temos mais permanência são no Agitágueda e no Natal. De resto são atividades de um dia.

SH: Costumam realizar algumas atividades em áreas rurais?

MA: Sim. Algumas.

SH: Mas através de estabelecimentos ou também empresas?

MA: Através de empresas e estabelecimentos.

SH: Quais as atividades que considera de maior procura?

MA: Canoagem. E eu não sei o nome bem... mas... é um nome que eles dão com os barcos nas barragens. Desporto radical com barcos.

SH: São desportos aquáticos, portanto.

MA: Pronto, isso!

SH: Na questão da oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

MA: Estamos a melhorar. A bom caminho nisso!

SH: Em termos de oferta de serviços, atividades e equipamentos disponibilizados dos estabelecimentos é suficiente?

MA: Nem sempre.

SH: Que atividades de animação neste momento se encontram disponíveis? Ficámos a saber as atividades do *agitágueda*...

MA: Sim! E temos outras, de vez em quando. Hoje, exemplo, tivemos uma atividade para uma escola: “os 12 anos”. Desde os mais pequenos aos séniores. Também fazemos muitas atividades nos lares.

SH: Equipamentos e infraestruturas que dispõe? Existe alguma que possa ser transportável?

MA: Sim. A parede de escalada. O Air Bungee. Os barcos que a empresa tem um grande volume de barcos que precisam de ser transportados para atividade. De resto, é material pequeno que facilmente vai na carrinha.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

MA: Faltam mais atividades. Mais ofertas de animação. Mais coisas que não chamem só à atenção dos turistas, não só neste mês do Agitágueda mas ao longo do ano. Que era para rentabilizar a cidade.

SH: Agora, relativamente ao marketing da empresa. Quais os canais de distribuição e comunicação que normalmente utiliza?

MA: Vou-lhe ser sincero, isso não sei. Não estou dentro desse assunto.

SH: Não tem uma página de *Facebook*?

MA: Ai, sim! Temos *Facebook*. Acho que é: “Margens e Animação Turística”.

SH: O tipo de informação que normalmente está lá disponível?

MA: Contato, email, números de telefone. E alguns contactos de Lisboa, basicamente.

SH: Não tem as atividades discriminadas?

MA: Para isso têm de entrar em contacto através de email e depois nós fornecemos.

SH: Normalmente, tem alguma forma de fidelizar os clientes? De fazer com que voltem a repetir as atividades.

MA: Sim. Temos alguns contratos que são anuais. Posso lhe dar o exemplo dos Pioneiros, todos os anos fazem uma atividade aos trabalhadores. Não só essa, fazemos para várias empresas multinacionais e informáticas que têm sempre o contrato.

SH: Existe alguma fonte de financiamento para o negócio?

MA: Isso aí é que não posso responder. Mas acho que há, deve de haver. Para eles conseguirem fazer um grande volume de atividades aqui em Águeda. Às vezes num dia são 3 ou 4!

SH: Agora, relativamente a outras questões. A entidade tem algumas atitudes ecológicas? Nomeadamente, no tratamento de resíduos...

MA: Sim. Isso eles têm. Eles fazem a reciclagem normalmente e também temos algumas atividades ecológicas, amigas do ambiente.

SH: Que motivações e expectativas tem para o futuro da entidade?

MA: Melhorar. Muito!

SH: E condicionantes à atividade?

MA: Não tem nenhuma.

Entidade 3

Entrevistada: Sócia-Gerente – Restaurante “O Seabra” substituído por (RS) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Transcrição da Entrevista Exploratória relativa à caracterização da oferta e procura do destino Águeda – Restaurante “O Seabra”

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 6 minutos e 37 segundos

SH: Em primeiro lugar, a sua tutela de gestão ou propriedade ou tipo de empresa?

RS: É restauração.

SH: O número de trabalhadores?

RS: 3.

SH: A localização geográfica?

RS: Ora, estamos em Águeda, na parte do Sobreiro de Valongo do Vouga.

SH: As atividades principais e complementares que tem? O que faz? Se é restauração...

RS: É restauração, um pouco de tudo... a gente cozinha, serve.

SH: Os produtos que disponibiliza?

RS: Uma ementa com vários pratos.

SH: Não tem serviço de bar, por exemplo?

RS: Não.

SH: Os critérios utilizados para selecionar estes produtos? Vão a talhos locais ou...

RS: Sim, temos os nossos próprios fornecedores.

SH: Existência de parcerias? Se tem alguma parceria com alguma empresa que venha cá sempre comer e assim...

RS: Temos várias. Temos algumas empresas fixas que vêm cá comer e temos alguns clientes fixos também.

SH: Agora, relativamente à caracterização dos clientes que frequentam o restaurante. Qual o mercado alvo? Qual o principal público? É o público em geral, mais novos, mais velhos...

RS: Não, é mais para uma certa idade, a partir dos 30 para cima.

SH: Origem geográfica dos clientes?

RS: Nacionais e estrangeiros.

SH: Eles normalmente vêm em grupo ou individual?

RS: Depende, uns vêm em grupos outras vezes vêm individuais. Mas, geralmente é mais em grupos.

SH: A faixa etária, ou seja, as idades compreendem-se entre...

RS: Entre os 30 e poucos. Mesmo mais a partir dos 40 até aos 90.

SH: Qual é motivação pela procura deste espaço?

RS: É a gastronomia. Os nossos pratos principais.

SH: Como escolhem o local?

RS: Geralmente é boca a boca, que as pessoas fazem.

SH: Agora, relativamente à procura. Quais os meses de maior procura do restaurante?

RS: É todo ano, mais a altura do natal. Mas é todo ano, nós trabalhamos bem todo o ano.

SH: Relativamente ao tempo de permanência?

RS: Temos clientes que vêm todos os dias (diariamente) outros vêm uma vez por semana, outros duas, outros de 15 em 15 dias, enfim.

SH: Costumam realizar algumas atividades em áreas rurais?

RS: Não.

SH: Quais as atividades que considera de maior procura?

RS: Gastronomia.

SH: Agora, relativamente à oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

RS: Penso que sim.

SH: A oferta de serviços, atividades e equipamentos é suficiente?

RS: Acho que sim.

SH: Que atividades de animação acha que se encontram disponíveis em Águeda? Para além dos eventos...

RS: Festa do Leitão, o Agitágueda, o natal... podiam fazer mais um bocadinho, não é...

SH: Quais os serviços que considera essenciais? Os transportes (por exemplo), o atendimento...

RS: As duas coisas.

SH: Equipamentos e infraestruturas que dispõe?

RS: Três salas, uma esplanada lá fora.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

RS: Sei lá...

SH: Talvez mais formas de atrair os turistas...

RS: Sim, que isto ao fim de semana ou quando não há Agitágueda, isto pára um bocadinho. Devia ter uma coisa qualquer para puxar as pessoas.

SH: Agora, relativamente ao marketing do restaurante. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

RS: Internet, telefone, a página do Facebook, as páginas amarelas, acho eu também.

SH: Que tipo de informação normalmente disponibiliza nessas páginas?

RS: Temos o horário, depois temos fotografias de comidas, pratos que é a maior parte dos clientes que põem lá.

SH: Como fidelizam os clientes?

RS: Temos um cartão com o número de telefone daqui. E depois na altura do dia dos namorados, da mãe, do pai, nós temos ofertas.

SH: Qual a principal fonte de financiamento para o negócio?

RS: É privado.

SH: Agora, relativamente a outras questões. No espaço, existem algumas atitudes ecológicas?

RS: Sim, nós fazemos a reciclagem.

SH: Que motivações e expetativas tem para o futuro do restaurante?

RS: Ser cada vez melhor, servir sempre com qualidade e ter mais clientes.

SH: Condicionantes à atividade?

RS: Conseguir atender todos ao mesmo tempo e ao mesmo nível.

Entidade 4

Entrevistado: Sócia-Gerente do Bar – “O Lampião” substituído por (BL) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Transcrição da Entrevista Exploratória relativa à caracterização da oferta e procura do destino Águeda – Bar “O Lampião”

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 4 minutos e 26 segundos

SH: Boa tarde Patrícia, tutela de gestão ou propriedade do bar?

BL: É privado.

SH: O número de trabalhadores?

BL: 3.

SH: A localização Geográfica?

BL: Arrancada do Vouga, Valongo do Vouga.

SH: Atividades principais e complementares?

BL: Bar e eventos de música.

SH: Quais são os produtos que disponibiliza ou comercializa?

BL: Bebidas e algum tipo de comida.

SH: Que critérios utiliza para selecionar os produtos que disponibiliza?

BL: Através de fornecedores.

SH: Existência de parcerias? Tem algumas?

BL: Não.

SH: Agora, relativamente à caracterização do tipo de cliente. Qual o mercado alvo ou principal público?

BL: É o público em geral.

SH: A origem geográfica dos clientes?

BL: São mais nacionais, mas também temos alguns internacionais.

SH: Os clientes normalmente vêm em grupo ou individual?

BL: Alguns vêm em grupo e outros vêm individuais.

SH: Qual é a faixa etária em que eles se encontram?

BL: Entre os 16 e os 80.

SH: Qual é motivação pela procura deste espaço?

BL: A localização e conhecimento através de outras pessoas.

SH: Como escolhem o local?

BL: É através da internet e boca a boca.

SH: Agora, relativamente à procura do espaço. Quais os meses de maior procura?

BL: Eu acho que é igual em todos os meses, a média mantêm-se.

SH: Qual o tempo de permanência normalmente?

BL: Pode ser 10 minutos como pode ser umas 4 ou 5 horas, depende da pessoa.

SH: Que atividades costumam realizar em áreas rurais?

BL: Não realizamos.

SH: Quais as atividades que considera de maior procura?

BL: Eventos de música.

SH: Agora, relativamente à oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

BL: Tem alguns, mas acho que necessita de mais.

SH: E a oferta de serviços, atividades e equipamentos disponibilizada por esses estabelecimentos, é suficiente?

BL: Eu acho que não. Tem de melhorar um bocado. Já melhorou muito, mas neste momento acho que ainda tem de melhorar.

SH: Que atividades de animação acha que se encontram disponíveis na região de Águeda?

BL: Eu acho que está mais concentrado nos meses de Verão mas devia ser mais generalizado para o resto dos meses.

SH: Quais os serviços que considera essenciais?

BL: O transporte, o atendimento.

SH: Equipamentos e infraestruturas que dispõe?

BL: Tenho esplanada e salas para ouvir música, uma sala de não fumadores e de fumadores.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

BL: Iniciativa. Mais iniciativas, não só durante um mês que é o que normalmente tem mais iniciativas, que é o mês de julho. Devia ser generalizado para o resto dos meses.

SH: Agora, relativamente ao marketing do bar. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

BL: Internet, maior parte é internet.

SH: Que tipo de informação normalmente disponibiliza?

BL: Os horários e os eventos que irão ser realizados.

SH: Como fidelizam os clientes?

BL: É através do atendimento.

SH: Qual a principal fonte de financiamento do negócio?

BL: É privado.

SH: Agora relativamente a outras questões. No espaço, existem algumas atitudes ecológicas?

BL: As atitudes ecológicas são a reciclagem, que nós fazemos no bar aqui e mais nada.

SH: E motivações e expetativas para o futuro do bar?

BL: É continuar a funcionar como anda a funcionar ou rentabilizar ainda mais.

SH: Condicionantes à atividade?

BL: A localização, estamos numa zona longe do centro da cidade.

Entidade 5

Entrevistado: Diogo Silva Adventure substituído por (DS) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Transcrição da Entrevista Exploratória relativa à caracterização da oferta e procura do destino Águeda – Diogo Silva Adventure

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 6 minutos e 40 segundos

SH: Boa tarde, Diogo então qual é o tipo de empresa pela qual és responsável?

DS: Estamos a falar de uma empresa de organização de caminhadas (*Trekking*).

SH: O número de trabalhadores?

DS: Neste momento, sou o único trabalhador. Mas tenho sempre ajudas, procuro ajudas fora, pessoas às quais, subcontrato serviços.

SH: A localização, pode ser a área onde atuas?

DS: Zona Centro.

SH: As atividades principais e complementares?

DS: Caminhadas.

SH: Quais os produtos que disponibilizas?

DS: Produtos, não se trata bem de produtos mas são experiências. Tentamos transmitir às pessoas a fauna e flora de cada local em que vamos executar a caminhada.

SH: Quais são os critérios que utilizas para selecionar essas experiências?

DS: Isso já faz parte muito do negócio. Nós não podemos andar numa zona em que haja muitos eucaliptos por causa do calor, ou seja, tentamos selecionar conforme a época do ano.

SH: Existência de parcerias?

DS: Sim.

SH: Quais?

DS: Marcas desportivas, lojas de desporto e agências de viagem.

SH: Agora, relativamente à caracterização do cliente. Qual é o mercado alvo em que atuas?

DS: É o público em geral.

SH: Origem geográfica dos clientes?

DS: Nacionais.

SH: Os clientes normalmente vêm em grupo ou individual?

DS: Ambos.

SH: Tens um grupo etário fixo?

DS: Não.

SH: Motivação da procura pelas caminhadas?

DS: Muita procura, muita oferta.

SH: E tem a ver mais com fuga à rotina?

DS: Sim.

SH: Como escolhem o local?

DS: É boca a boca, ou seja, normalmente as pessoas vão por aquilo que as outras pessoas dizem.

SH: Agora, relativamente à procura. Quais os meses de maior procura?

DS: Na Primavera e Outono.

SH: Qual o tempo de permanência normalmente nas atividades?

DS: As atividades normalmente são de dia completo, ou seja, das 10h às 17h.

SH: Costumam realizar algumas atividades em áreas rurais?

DS: Muitas. Percursos pedestres maioritariamente.

SH: Quais as atividades que considera de maior procura?

DS: As Caminhadas.

SH: Agora, relativamente à oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

DS: Não.

SH: A oferta de serviços, atividades e equipamentos é suficiente?

DS: Não.

SH: Que atividades de animação acha que se encontram disponíveis?

DS: No mês de julho quando Águeda decide sair à rua e criou o *Agitágueda*.

SH: Quais os serviços que considera essenciais?

DS: Atividades.

SH: Equipamentos e infraestruturas que dispõe?

DS: Não tenho. Apenas uma máquina de café portátil.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

DS: Dinamização.

SH: Agora, relativamente ao marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

DS: A internet: Facebook e Instagram.

SH: Qual é o tipo de informação normalmente divulga?

DS: Um bocadinho da história do trilho onde vou efetuar a caminhada e depois deixo que as pessoas venham à procura de conhecer mais.

SH: Como fidelizam os clientes?

DS: Bem, não se trata bem de fidelizar. Tenta-se prezar pela diferença para que as pessoas venham sempre fazer novos trilhos.

SH: Qual a principal fonte de financiamento para o negócio?

DS: Sim! A caminhada é paga.

SH: Agora, relativamente a outras questões. Pratica algumas atitudes ecológicas?

DS: Sim, na minha mala anda sempre um saquinho e quando vou no trilho todo o tipo de lixo que apanho vai para dentro desse saco e no final faço a reciclagem. E tento apanhar o lixo das pessoas porque assim eu sei que faço a reciclagem mesmo que elas não façam.

SH: Que motivações e expectativas tem para o futuro?

DS: Dar experiências às pessoas, mostrar que Portugal é um ponto digno para se passar umas boas férias e até mesmo para se caminhar.

SH: Condicionantes à atividade?

DS: Condicionante ambiental.

Entidade 6

Entrevistada: Administrativa da Casa do Povo de Valongo do Vouga substituída por (CP) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Transcrição da Entrevista Exploratória relativa à caracterização da oferta e procura do destino Águeda – Casa do Povo de Valongo do Vouga

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 11 minutos e 10 segundos

SH: Para começar, em termos de tutela e gestão (o tipo de empresa)?

CP: É uma IPSS, uma Instituição de Solidariedade Social.

SH: O número de trabalhadores?

CP: Com vínculo direto à Casa do Povo temos 37 trabalhadores e depois temos os com recibo verde (os honorários) são mais.

SH: A localização geográfica da instituição?

CP: Valongo do Vouga, mais propriamente Arrancada.

SH: As atividades principais e complementares?

CP: A atividade principal é basicamente a eletricidade mas depois tem muitas outras. Para além da distribuição e comercialização de energia temos também um armazém agrícola e depois temos todas as valências da parte social: ATL, creche, centro de convívio, temos também a parte cultural: o rancho e o teatro. Outras: andebol, lavandaria, costura e algumas que me esqueço!

SH: Quais os produtos que disponibiliza ou comercializa?

CP: O que comercializamos é energia, distribuímos e comercializamos energia. Depois temos a parte agrícola que compramos e vendemos produtos agrícolas basicamente, além de outros.

SH: Existe algum critério que utilizam para selecionar esses produtos de venda?

CP: Não, basicamente o que diz respeito ao armazém são mesmo produtos agrícolas. A ideia é essa mas há sempre mais-valia de outros produtos que a gente tenta procurar e se são procurados pelo cliente nós tentamos tê-los para vender ao público.

SH: Em termos de parcerias, existem?

CP: Existem várias parcerias. No que diz respeito à Creche, ATL e Centro de Convívio com a Segurança Social de Aveiro. Depois temos com a Câmara, com as instituições locais: Junta de freguesia, Fundação e outros que agora não me estou a lembrar assim de repente!

SH: Agora, relativamente à caracterização do tipo de cliente. Qual é o principal mercado alvo?

CP: Eletricidade: são todos aqueles que precisam.

SH: Os da região basicamente...

CP: É uma cooperativa, toda a gente que compra ou faz uma casa precisa de energia, vêm aqui para nós fazermos o contrato. Embora, tendo a possibilidade de procurar depois outros fornecedores de energia, no mercado livre, estão à vontade! Mas numa maneira geral é à Casa do Povo que vêm buscar.

SH: Então a maior parte da origem dos clientes acaba por ser residente?

CP: Residentes, exatamente.

SH: Eles normalmente vêm às instalações em grupo ou individual?

CP: É individual.

SH: E o grupo etário?

CP: Tem de todas as idades, mas basicamente mais jovens. É quem compra ou faz casa, de uma maneira geral são os mais jovens, portanto são esses que nos procuram.

.

SH: Qual a motivação da procura dos clientes?

CP: Aqui são quase obrigados. Como somos digamos que quem fornece energia, são quase obrigados a vir nos visitar, nos vir procurar.

SH: A escolha do local, basicamente?

CP: É por aí...

SH: Agora, relativamente à procura. Quais são os meses de maior procura, quer em termos de ATL, quer em termos de compras agrícolas?

CP: Em termos de ATL, em termos de utentes da parte social, da parte Creche, ATL é de uma maneira geral durante todo ano. Mas agora há mais procura porque há aquela mudança de creche/Pré e Pré/1ºciclo depois 2ºciclo. Então nesta altura como há esta mudança, há uma procura maior. Mas é quase todo ano digamos. Principalmente na parte da creche.

SH: Então o tempo de permanência acaba por ser o ano inteiro?

CP: É. De uma maneira geral, sim. A não ser em casos pontuais que por qualquer razão que tenham de mudar de residência ou tenham de mudar de emprego, passam por outros lados, então sim, aí precisam de mudar.

SH: E a Casa do Povo costuma realizar algumas atividades em áreas rurais?

CP: Não. Não costumo, penso eu.

SH: Por exemplo: caminhadas.

CP: Muito raro... uma por ano, é só unicamente.

SH: Quais as atividades que considera de maior procura?

CP: Neste momento, o andebol é uma grande procura principalmente para as miúdas mais jovens, porque isto é tipo uma escola de andebol e elas procuram, elas e os pais procuram muito nesta fase para integrar as miúdas no andebol e por aí fora.

SH: Agora, relativamente à oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

CP: Que eu conheça... Conheço alguns, mas não muitos. Poderia haver muito mais!

SH: A oferta de serviços, atividades e equipamentos disponibilizada é suficiente?

CP: Nunca é suficiente. Há sempre necessidade de mais qualquer coisa. Portanto, às vezes procuramos e temos que nos dirigir a Aveiro para pedir alguns determinados serviços que em Águeda parece que não existem.

SH: Que atividades de animação se encontram disponíveis?

CP: Neste momento existem muitos, em Águeda. Aqui só mesmo aqueles que a Casa do Povo faz e pouco mais. Há as festas da vila agora a seguir. Mas pouco mais que isso, são muito escassos!

SH: Quais os serviços que considera essenciais?

CP: Tudo que diz respeito, principalmente à saúde. Acho que deveria ser prioritário e digamos que se calhar estamos um pouco escassos. Principalmente na nossa zona, há um posto médico e mais nada, aqui. Claro que em Águeda há um hospital mas está longe.

SH: Que equipamentos e infraestruturas dispõe a Casa do Povo?

CP: Há a creche, o ATL onde é enquadrado num edifício já antigo que precisava de remodelação, há também o pavilhão gimnodesportivo onde as crianças do andebol principalmente treinam todos os dias basicamente.

SH: As atividades físicas não estão disponíveis ao público exterior?

CP: Há a atividade física de ginástica para senhoras. Só essa atividade é que está mais direcionada para o público. Público: senhoras.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

CP: Falta muita coisa. Principalmente, não só no verão, mas durante todo o ano devia haver mais atividades de atração à cidade, penso. Só na época alta é que é cidade depois no resto do ano parece que deixa de o ser e é mau!

SH: Agora, nas questões de marketing da instituição. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

CP: Basicamente, é o Facebook mesmo. É o que está na moda!

SH: Que tipo de informação disponibiliza?

CP: As atividades. O que nós iremos fazer a curto e médio prazo.

SH: Como fidelizam os clientes?

CP: Com um contrato. Somos quase obrigados a fazê-lo.

SH: Qual a principal fonte de financiamento para o negócio?

CP: É realmente, a distribuição de energia elétrica. Sem ganhar muito, grande dinheiro com isso!

SH: Agora. Relativamente a outras questões. Que atitudes ecológicas a instituição valoriza?

CP: Principalmente a parte da reciclagem. Temos isso em consideração e tentamos implementar pelo menos com as crianças para que o façam e acho que temos conseguido.

SH: E em termos de serviços de energia existe algum tratamento?

CP: Principalmente com as lâmpadas e reatâncias, tudo que deriva da eletricidade.

SH: Motivações e expectativas que tem para o futuro?

CP: Olha, vamos construir uma piscina. Mas é interna, para já!

SH: Quais são as principais condicionantes à atividade?

CP: Muita confusão no que diz respeito à eletricidade, ou melhor, às regras que nos implementam, que nos obrigam a cumprir isto muito bem. Isto acaba por nos obrigar a ter gastos, muito mais trabalho: relatórios mensais e anuais.

Entidade 7

Entrevistado: Ozxtreme substituído por (OZ) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Transcrição da Entrevista Exploratória relativa à caracterização da oferta e procura do destino Águeda – Ozxtreme

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 8 minutos e 24 segundos

SH: Olá, bom dia Osvaldo. Qual é a tua tutela ou propriedade (tipo de empresa)?

OZ: É uma empresa em nome individual, tenho uma marca registada que uso para divulgar os meus serviços e os próprios produtos.

SH: O número de trabalhadores?

OZ: 1. Sou o único.

SH: A localização geográfica?

OZ: Em Águeda.

SH: Quais são as atividades e experiências principais e complementares?

OZ: A atividade principal é realizar e proporcionar experiências de sobrevivência, cursos de sobrevivência e atividades outdoor. A par disso, tenho produtos específicos para a prática de atividades em meio outdoor.

SH: Sendo assim, os produtos que disponibiliza ou comercializa são nesse âmbito?

OZ: Sim. Só nesse âmbito. São escolhidos por nós, testados por nós e só ficam disponibilizados aos clientes depois de usarmos e validarmos.

SH: Então os critérios utilizados são escolhidos pela marca e não tanto pelo cliente.

OZ: Sim. Exclusivamente por nós.

SH: Existem parcerias?

OZ: Sim. Tenho parcerias com algumas marcas de vestuário e pequenos utensílios para as atividades.

SH: Qual o mercado ou público ao qual se destina?

OZ: Toda e qualquer pessoa que queira experienciar uma atividade diferente na natureza ligada à prevenção de ocorrências súbitas, nomeadamente, acidentes. E nas atividades outdoor, ou seja, neste caso, em meio rural.

SH: A origem geográfica dos clientes?

OZ: Maioritariamente de fora do distrito de Aveiro.

SH: Eles normalmente vêm em grupo ou individual?

OZ: Em grupos, individuais. Há grupos previamente definidos. Mas também temos bastantes contatos individuais que posteriormente juntamos em grupos para fazer a atividade.

SH: A faixa etária desses clientes normalmente situa-se em que idades?

OZ: Temos clientes dos 8 aos 80. Mas o grupo mais predominante situa-se entre os 18 e os 45 anos.

SH: Qual é a motivação da procura?

OZ: Experiência. Experimentar coisas diferentes, novas, com dinâmicas diferentes. Ou seja, tudo aquilo que de menos convencional, habitualmente, outras empresas do género oferecem.

SH: Como escolhem o local?

OZ: Através do nosso *site* ou da nossa página de *Facebook*.

SH: Quais são os meses de maior procura?

OZ: De março a outubro.

SH: Normalmente o tempo de permanência nessas atividades é de quanto tempo?

OZ: 2 dias. É de sexta à noite até domingo à tarde.

SH: Que atividades costumam realizar em áreas rurais?

Oz: As atividades vão desde práticas de primeiros socorros, orientação, construção de abrigos, sobrevivência. Basicamente, é a base de toda a atividade que se faz em meio outdoor.

SH: Quais as atividades que considera de maior procura?

OZ: A experiência de sobrevivência.

SH: Agora, relativamente à oferta. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

OZ: Não.

SH: A oferta de serviços, atividades e equipamentos disponibilizada é suficiente?

OZ: Não, não é suficiente.

SH: Que atividades de animação que se encontram disponíveis?

OZ: De animação. Nenhumas.

SH: Que serviços considera essenciais?

OZ: Haver uma boa rede de contatos particulares, que tenham imóveis em zonas rurais, em zonas que no nosso concelho estão mal aproveitadas. A parte serrana, por exemplo. E efetuar protocolos com eles para a utilização desses imóveis de forma a captar e fixar mais o turista, por assim dizer, no concelho.

SH: Que equipamentos e infraestruturas dispõe?

OZ: Nós não precisamos de infraestruturas. Todas as nossas atividades são realizadas em meio outdoor inclusivamente a construção de abrigos está incluída na atividade e portanto, a experiência que os clientes procuram é precisamente essa.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

OZ: Ser mais diversificado. Ter mais oferta em diversas áreas nomeadamente no desporto da natureza, ou seja, o outdoor. Mas de uma forma mais diversificada. Não se centrar tanto em percursos pedestres e pouco mais do que aquilo que os clubes costumam fazer nas suas instalações.

SH: Agora, relativamente ao marketing da Ozxtreme. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

OZ: Utilizo o nosso *site* e redes sociais.

SH: Que tipo de informação disponibiliza?

OZ: Toda a informação. O nosso contato é muito fácil, as pessoas têm uma resposta no máximo em duas horas. Portanto o *feedback* que nós damos é muito importante para a captação do cliente.

SH: Como fidelizam os clientes?

OZ: Qualidade de serviço e de produtos.

SH: Existe alguma fonte de financiamento do negócio?

OZ: Não.

SH: Agora, relativamente a outras questões. Valoriza algumas atitudes ecológicas?

OZ: Sim, todas. Inclusivamente nas próprias atividades nós educamos as pessoas para a preservação ecológica das espécies e a preservação do espaço que é particular, mas também daquele espaço que é de todos.

SH: Motivações e expetativas tem para o futuro?

OZ: Motivações temos muitas. As expetativas são do tamanho que nós as queremos criar. Mas é um mercado bastante atrativo e com uma forte margem de progressão, de crescimento. Só é pena realmente que a autarquia, neste caso, esteja só virada unicamente ou quase maioritariamente para os desportos ditos convencionais.

SH: Quais são as condicionantes à atividade?

OZ: A sua regulamentação. Não existe em Portugal ainda regulamentação relativamente à atividade de sobrevivência. Não há enquadramento legal. Dessa forma alguns entraves por vezes nos surgem, mas nós conseguimos contornar dialogando com o poder local e com as autoridades.

Entidade 8

Entrevistado: Gerente do Merkante Caffé substituído por (MC) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Transcrição da Entrevista Exploratória relativa à caracterização da oferta e procura do destino Águeda – Merkante Caffé

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 5 minutos e 12 segundos

SH: Qual é a sua tutela ou propriedade de empresa?

MC: Privada.

SH: O número de trabalhadores?

MC: Somos 3.

SH: A localização geográfica?

MC: Em Águeda, mas não no centro.

SH: Quais são as atividades principais e complementares?

MC: Bar e cozinha, comida.

SH: Que produtos que disponibiliza e comercializa?

MC: Bebidas e refeições.

SH: Quais os critérios que utiliza para selecionar esses produtos?

MC: Fornecedores.

SH: Existem algumas parcerias?

MC: Parcerias fixas não. Patrocinamos em alguns eventos, como festas e eventos de solidariedade.

SH: Agora, relativamente à caracterização do tipo de clientes que frequentam o espaço. Qual é o mercado alvo?

MC: É o público em geral.

SH: A origem dos clientes são: estrangeiros / nacionais?

MC: São nacionais. Os estrangeiros são mais na altura de férias: Verão e natal.

SH: Os clientes normalmente aparecem em grupo ou individual?

MC: É das duas maneiras. Sozinhos, às vezes, vêm em grupos grandes.

SH: Existe alguma faixa etária ou idades onde se compreendam?

MC: Não.

SH: Qual é a motivação da procura do espaço?

MC: A localização, a gastronomia, o conhecimento.

SH: Como escolhem o espaço?

MC: Redes sociais, contactos e recomendação dos clientes.

SH: Agora, relativamente à procura. Quais são os meses de maior procura?

MC: Na altura de férias. No Verão, natal e Páscoa.

SH: Quanto tempo, normalmente, ficam?

MC: É diário. É frequente.

SH: Que atividades costumam realizar em áreas rurais?

MC: Nenhuma.

SH: Quais as atividades de maior procura?

MC: Eventos, comidas.

SH: Agora, relativamente à oferta de Águeda. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

MC: Não.

SH: As ofertas de serviços, atividades e equipamentos disponibilizados é suficiente?

MC: Não.

SH: Que atividades de animação acha que se encontram disponíveis?

MC: Eventos tipo Agitágueda, Festa do Leitão, Motocross, etc.

SH: Que serviços considera essenciais?

MC: Transporte, atendimento e marketing.

SH: Que equipamentos ou infraestruturas dispõe?

MC: As salas, a esplanada e o bar.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

MC: Infraestruturas e atividades que agarrem os turistas.

SH: Agora relativamente ao marketing do Merkante. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

MC: Internet, através das redes sociais e telefone.

SH: Que tipo de informação disponibiliza?

MC: Nossos horários, a nossa ementa e os produtos.

SH: Como fidelizam os clientes?

MC: Bom atendimento e recomendação dos clientes.

SH: Qual a principal fonte de financiamento do negócio?

MC: Tivemos ajuda de fundos.

SH: Outras questões. Praticam algumas atitudes ecológicas no espaço?

MC: Não, mas gostaríamos de começar a reciclar se tivéssemos contentores disponíveis.

SH: Quais são as motivações e expetativas para o futuro do espaço?

MC: Melhorar o nosso espaço, aumentar e dar boas condições aos clientes.

SH: Quais são as condicionantes à atividade?

MC: Será mais relativamente à falta de espaço.

Entidade 9

Entrevistado: Proprietário do Restaurante – “Casa Branca” substituído por (CB) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Transcrição da Entrevista Exploratória relativa à caracterização da oferta e procura do destino Águeda – Restaurante – “Casa Branca”

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 6 minutos e 05 segundos

SH: Qual é a sua tutela de gestão ou propriedade da empresa?

CB: É privada.

SH: O número de trabalhadores?

CB: 3.

SH: A localização geográfica?

CB: Na freguesia de Valongo do Vouga.

SH: Quais são as atividades principais e complementares?

CB: Restaurante.

SH: Que produtos que disponibiliza e comercializa?

CB: Ementas próprias. Ementas regionais.

SH: Quais os critérios que utiliza para selecionar os produtos?

CB: Sempre de qualidade.

SH: Existem algumas parcerias?

CB: Não.

SH: Agora, em termos de caracterização do tipo de clientes que frequentam o restaurante. Qual é o mercado alvo?

CB: É o médio. É tudo, o médio, o baixo e o alto.

SH: A origem dos clientes normalmente são: estrangeiros / nacionais?

CB: As duas coisas.

SH: Os clientes normalmente aparecem em grupo ou individual?

CB: Vêm em grupo e individual.

SH: A faixa etária desses grupos varia entre que idades?

CB: Do princípio ao fim. Entre os 15 e os 18 até aos 80 e mais.

SH: Qual é a motivação da procura do restaurante?

CB: Qualidade e o espaço.

SH: Como escolhem o local?

CB: Recomendação de outros clientes, através do telefone e já conhecimento.

SH: Agora, relativamente à procura. Quais são os meses de maior procura?

CB: Isto, os meses... é quase igual o ano todo! Ligeiramente cresce na altura de férias.

SH: Normalmente ficam quanto tempo?

CB: Muitos diários, outros frequentes e outros quando lhes apetece.

SH: Que atividades costumam realizar em áreas rurais?

CB: Fazemos Take-way e fazemos eventos, banquetes.

SH: Quais as atividades de maior procura?

CB: Gastronomia, as especialidades da casa.

SH: Agora, relativamente à oferta de Águeda. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

CB: Acho que sim. Que neste momento Águeda tem atração.

SH: As ofertas de serviços, atividades e equipamentos disponibilizada é suficiente?

CB: Sim.

SH: Que atividades de animação acha que se encontram disponíveis?

CB: Os meses de mais concentração costumam ser sempre no verão.

SH: Que serviços considera essenciais?

CB: Publicidade, transporte e atendimento.

SH: Que equipamentos ou infraestruturas dispõe?

CB: Tem salas, esplanada, bar, tudo que um restaurante necessita.

SH: Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

CB: Obviamente que já tem muito. Mas falta sempre muito.

SH: Agora relativamente ao marketing do Merkante. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

CB: Neste momento, só o jornal e pouco mais porque o conhecimento já foi adquirido.

SH: Que tipo de informação disponibiliza?

CB: Horários, festas e contato.

SH: Como fidelizam os clientes?

CB: Com a qualidade.

SH: Qual a principal fonte de financiamento do negócio?

CB: É privado.

SH: Outras questões. Praticam algumas atitudes ecológicas no espaço?

CB: Não.

SH: Quais são as motivações e expetativas para o futuro?

CB: Não há expetativas, a idade está a avançar muito e não há quem substitua.

SH: Quais são as condicionantes à atividade?

CB: Não há condicionantes.

Entidade 10

Entrevistado: Fisioterapeuta substituído por (NR) em transcrição da entrevista.

Entrevistadora: Sónia Herculano (Mestrado de Gestão e Planeamento do Turismo) substituída por (SH) na transcrição da entrevista.

Transcrição da Entrevista Exploratória relativa à caracterização da oferta e procura do destino Águeda – Nuno Rebelo “Fisioterapia”

Tipo de Entrevista: Presencial

Duração: 17 minutos e 50 segundos

SH: Olá, boa tarde! Qual é a sua tutela de gestão ou propriedade (tipo de empresa)?

NR: Privado.

SH: O número de trabalhadores?

NR: Sou eu, só.

SH: Área onde atua?

CB: Ok... Águeda e Préstimo, sim.. Também Castanheira, Travassô. Não sei se queres por concelho se por localidade, mas pronto! Recardães também.

SH: Pode ser área, tipo região centro ou...

NR: Sim, mais região centro, sim... por aqui!

SH: Quais são as atividades principais e complementares?

NR: Eu sou Fisioterapeuta, as minhas atividades são nesse campo, ou seja, domicílios, tratamentos e faço também aulas de pilates. Pronto, ou seja, nesse sentido...

SH: Que produtos que disponibiliza ou comercializa?

NR: Os produtos são esses mesmos: massagem de relaxamento, massagem de tratamento, pilates, reeducação postural, tudo dentro dessa área da saúde.

SH: Quais os critérios que utilizas para selecionar os produtos?

NR: Em termos de intervenção pessoal depende muito da avaliação que nós façamos, não é... Ou seja, tu trabalhas com um cliente e fazes a avaliação, neste caso, a nível individual. É claro que, por exemplo, na área de pilates tu fazes a avaliação e depois desenvolves a tua aula consoante o objetivo da aula, ou seja, se é trabalhar mais fortalecimento se é flexibilidade. Os critérios de escolheres as técnicas dos produtos que eu faço agora é um bocadinho pessoal. Ou seja, vai dependendo do meu gosto pessoal e também do que acho que as pessoas mais vão necessitando dentro desta zona.

SH: Existem algumas parcerias?

NR: É assim, parcerias definidas em papel, não! Sou um prestador de serviços, trabalho para lares, trabalho para entidades privadas, trabalho para particulares diretos. Essas são as minhas parcerias. Neste momento, uma parceria assim bem delineada por papel, isso não tenho!

SH: Em termos de caracterização do tipo de cliente. Qual é o mercado alvo ou principal público?

NR: É assim, sei lá. Tenho pessoas diria desde os seus 20, ou seja, até aos 80/90, ou seja, trabalho nessas áreas com essas pessoas. O público alvo são pessoas com patologia ou pessoas que procuram os serviços de pilates para melhorar a postura, flexibilidade, etc.

SH: A origem dos clientes normalmente são: estrangeiros / nacionais?

NR: 98% são nacionais. É claro que há alguns estrangeiros que vêm, por exemplo, passar férias e procuram alguns serviços.

SH: Os clientes normalmente dirigem-se a ti em grupo ou individual?

NR: Geralmente, a grande maioria é tudo individual. Não quer dizer que não apareçam já grupos. Não costumo ter lotação lotada. Mas diria que as minhas atividades rondam os 60% de ocupação. Por exemplo: lembro-me aqui uma aula, uma classe de pilates que eu tenho que já eram um grupo constituído e procuraram-me, nesse caso já tinha lotação máxima.

SH: O grupo etário situa-se então entre os 20 e...

NR: Sim. 20/90, não sei... Podem ter 100, mas não tenho ninguém com 100! Mas, sim...

SH: Qual é a motivação da procura dos teus serviços?

NR: De um lado da área da reabilitação, a procura da própria reabilitação após patologia ou após acidente. Na área de pilates também pode ter a ver com a reabilitação por alguma dor mas também pode ter a ver, muito simplesmente, com uma atividade complementar de atividade física.

SH: Como escolhem o local?

NR: Não existe um local específico. Sei lá... Se for domicílio, é claro que normalmente são sempre espaços individuais de reabilitação. Por exemplo: no espaço já em Travassô ou Recardães já são espaços onde faço aulas de pilates com mais frequência. Eu tenho um espaço físico, uma sala.

SH: Mas neste caso, é por contato ou recomendação de outras pessoas?

NR: Algumas pessoas vêm por recomendação, outras vêm por contato direto com a clínica ou comigo.

SH: Agora, relativamente à procura. Quais são os meses de maior procura?

NR: Não há assim mais meses ou menos. Ou seja, o que eu noto, por exemplo, agora pensando nas aulas de pilates noto que na altura do natal ou na altura verão decaí um pouquinho, ou seja, as pessoas faltam mais. Em termos de particular, não te consigo dizer uma altura do ano em que tenho mais e tenho menos, acho que não por aí.

SH: Normalmente quanto tempo são as intervenções?

NR: Mais ou menos. Geralmente, a média é sempre 1 hora. Tanto na aula de pilates como no tratamento individual.

SH: Costumas realizar algumas atividades dessas em áreas rurais?

NR: Sim, muitas delas, são todas... Bem, se chamar-mos só a Águeda cidade... Na cidade de Águeda só tenho um domicílio. Tudo o resto é em área rural ou vila ou aldeia.

SH: Quais são as atividades de maior procura?

NR: De momento, se calhar tenho mais clientes em pilates. Mas, também tenho pessoas em reabilitação. E por exemplo, se calhar agora nas férias procuram mais massagens de relaxamento ou ayurvédicas.

SH: Agora, relativamente à oferta de Águeda. Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos atrativos?

NR: Na minha opinião pessoal e do pouco que eu conheço: Sim! Julgo que para a dimensão se calhar de Águeda. Se calhar sim, pelo menos os que eu conheço, Águeda como localidade e aqui no Préstimo conheço alguns. Sei que também há alguma coisa na Castanheira. Por isso, sim, julgo que talvez tenha... Possam não ser os mais atrativos porque se calhar a zona pode também não ter forma de captar as pessoas durante, por exemplo: 4 ou 5 dias. Se calhar é atrativo para 1 ou 2 dias.

SH: As ofertas de serviços, atividades e equipamentos disponibilizados são suficientes para atrair?

NR: Talvez não, de forma individualizada. Se calhar o concelho tem de caminhar para tentar incluir tudo num pacote ou apresentar às pessoas um pacote mais de natureza, de... Ou seja, desde da pateira até às serras do préstimo, passando por outros pontos onde hajam praias fluviais por exemplo, ou até um pouco de turismo industrial, também há algum. Mas também do género de feiras, etc. Mas sim, se calhar não há assim uma coisa muito... as pessoas não vêm aqui ver um grande monumento! Mas vão tendo, eu acho que nestes últimos anos se tem vindo a apostar um pouquinho mais no turismo, mas...

SH: Que atividades de animação/entretenimento achas que se encontram disponíveis ao longo do ano?

NR: Ao longo do ano, alguns festivais, algumas caminhadas/trails, que agora está muito em voga. Há também... Eu acho que em Águeda os passeios pedestres têm uma forte componente, ou seja, temos bons trilhos e bem localizados e bem referenciados, mesmo dentro do próprio trilho, ou seja, com boas marcas. A nível cultural também há alguma coisa, não sei se depois consegue fixar ou não mas se calhar alguém que passe cá um fim de semana ou dois se tiver algum evento cultural como um concerto, isso acho que também tem se vindo a notar mais ao longo do ano. Depois no verão algumas festas e festivais de maior renome. Em termos de atividades aquáticas se calhar mais para a zona da pateira, também haverá alguma coisa, mas...

SH: Que serviços consideras essenciais?

NR: Bons transportes, para quem não os tem próprios. Se alguém chega à região através de Aveiro pelo comboio tentar chegar a Águeda também pelo comboio e depois deslocar-se dentro de Águeda ou dentro da região. E depois as pequenas infraestruturas, como por exemplo, se calhar, lembro-me sempre que há sempre dificuldades, por exemplo, no pão, ou seja, teres pão fresco. Acho que essas pequenas comodidades também fazem falta, ou seja, pequenos restaurantes, pequenos mini-mercados que possam dar às pessoas que estão aqui alojadas essa possibilidade. Eu estou a pensar mais aqui na zona que é turismo rural onde se calhar não consegues ir a um supermercado tão facilmente. Mas sim, essas infraestruturas acho que são as mais necessárias e lembro-me sempre que às vezes em conversa com outras pessoas são o que elas também denunciavam que falta. E como por exemplo, sei lá...a incapacidade de haver água pública em alguns alojamentos, ou seja, a rede não está completamente montada e há zonas rurais onde não há água canalizada e não havendo água não consegues se calhar garantir banhos e o mesmo se passa, por exemplo, no saneamento. Há coisas que os alojamentos realmente ainda necessitam muito básicas que se calhar as pessoas até achavam que já toda a gente teria água canalizada, mas há coisas que faltam.

SH: Que equipamentos ou infraestruturas dispõe?

NR: Não, neste momento, não! Sou eu e os espaços que geralmente são alugados ou da própria pessoa.

SH: Na tua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?

NR: Nós não podemos lutar contra algo que nós não temos. Se calhar não temos grandes opções arquitectónicas, se calhar temos que nos diferenciar por aquilo que podemos oferecer, algum turismo de natureza, turismo religioso, tens alguma coisa, mas também se calhar não é uma coisa muito diferenciadora. Mas se calhar tentar... eu acho que aqui a força está na união e tentar com os concelhos também vizinhos criar uma coisa regional do que individualizada e tentar com que Águeda se transforme realmente, não só, porque Águeda é forte na indústria, tudo bem e se calhar até pode apostar um poquinho mais no turismo industrial porque se calhar consegue-o fazer ou por uma feira ou... se calhar já existe alguma coisa e não eu conheço. Mas acho que em Águeda se calhar falta realmente a capacidade de conseguirem ver o que é que nós realmente temos e não entrarmos em

histeria porque não temos infraestruturas já construídas, sei lá, estou a pensar sempre em grandes pontos arquitectónicos, ou seja, se calhar é mais pela natureza e tentar perceber que se calhar as pessoas que vêm a Águeda se calhar só vêm passar 2 ou 3 dias, mas pronto apostar bem nesses 2 ou 3 dias e conseguir perceber que ao longo do ano tens atividades aqui ou ali. E eu acho que depois se calhar é a comunicação entre todas estas entidades que eu acho que é o mais difícil.

SH: Agora relativamente ao marketing. Quais os canais de distribuição e comunicação que utiliza?

NR: Acabam por ser as redes sociais: o *Facebook*. Os cartazes, colocados em pontos estratégicos. E depois muito o passa palavra, ou seja, o meu trabalho acaba muito por ser assim, boca a boca. Ou então... apresentação direta aos estabelecimentos.

SH: Que tipo de informação disponibiliza?

NR: Os meus pontos fortes, o que eu sei fazer bem e o que eu posso oferecer. Neste momento, são duas ou três ferramentas com as quais trabalho e tento mostrá-las e, ou seja, tentar diferenciar-me do restante.

SH: Como fidelizam os clientes?

NR: Não, em termos de marketing não tenho nenhum mecanismo para reter os clientes. Às vezes fazemos campanhas, sei lá, por exemplo: para tentar trazer novos clientes outras vezes também para os clientes que já temos. Ou seja, oferecendo-lhe um pequeno desconto se trouxerem outra pessoa, são pequenas coisas. Mas não tenho uma forma de marketing para reter e manter os clientes assim definida.

SH: Qual a principal fonte de financiamento do negócio?

NR: Não.

SH: Outras questões. Que atitudes ecológicas valorizas?

NR: Eu tento sempre ser o mais ecológico possível. Os turistas tem de ter essa capacidade de perceber para o espaço onde vão e tentar proteger aí o máximo da natureza. O turismo gasta muitos recursos, vê-se muito lixo, as cidades acabam por ficar... quando há uma grande afluência de pessoas, vê-se muito lixo e, por exemplo, agora em Aveiro tenho reparado. Sim, por isso... a poupança de água, tentar valorizar as energias renováveis acho

que é um coisa essencial. No meu dia-a-dia é isso, ou seja, tentar poupar ao máximo. Escolher produtos que não tenham embalagens com tanto material que eu acho que é desnecessário. A ecologia é importante.

SH: Quais são as motivações e expetativas para o futuro?

NR: O futuro não sei qual é...mas as expetativas é que de certa forma me vá conseguindo estabelecer mais e para já aumentar o meu volume de trabalho e chegar a um compromisso entre o meu próprio volume de trabalho e o meu próprio tempo de lazer. Essa é a minha expetativa é atingir um patamar de equilíbrio.

SH: Quais são as condicionantes à tua atividade?

NR: É realmente, se eu não conseguir chegar às pessoas, também se calhar é difícil elas conseguirem-me chegar. Por isso, eu não tendo pessoas com quem trabalhar, o meu trabalho deixa de ter sentido. A capacidade de eu ser capaz de chegar às pessoas.

Considerações

As entrevistas tiveram uma duração razoável para o que era previsto no guião. Na transcrição das entrevistas faltou o fator tempo que pode ter a ver com a necessidade de pensar sobre a resposta, que pode eventualmente levar a interpretações interessantes, nomeadamente estados emocionais (nervosismo, riso, etc). Outros estados emocionais, ruído, bem como dobragem de vozes e repetições não foram enunciados na transcrição.

Análise de Conteúdo

Esta técnica pressupõe a analisar o que é explícito nas transcrições para obter indicadores que permitam fazer inferências. Para análise da entrevista é feita uma análise qualitativa, ou seja, procura-se salientar, classificar, agregar e categorizar trechos das entrevistas transcritas, que se apresentam em forma de tabela.

Tabela 1 - Análise das entrevistas exploratórias aos Agentes de oferta turística

Fases da Entrevista	Questões	Unidade de Contexto	Unidade de Registo	Entidades	Conclusões
1ª Fase – Entidade Entrevistada e Prestadores de Serviços	Tutela de Gestão/ Propriedade	“Nós temos uma concessão com a Câmara Municipal de Águeda.”	Propriedade Pública – Câmara Municipal de Águeda. Partilhada por concessão em gestão privada.	1- Restaurante “Varanda do Rio”	A maior parte das entidades e prestadores de serviços são privados.
		“É pública.”	Pública.	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“É restauração.”	Privado.	3- Restaurante “O Seabra”	
		“É privado.”	Privado.	4- Bar “O Lampião”	
		“Estamos a falar de uma empresa de organização de caminhadas (Trekking).”	Privado.	5- Diogo Silva Adventure	
		“É uma IPSS, uma instituição de solidariedade social.”	Pública.	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“É uma empresa em nome individual, tenho uma marca registada que uso para divulgar os meus serviços e os próprios produtos.”	Privada.	7- Ozxtreme	
		“Privada.”	Privada.	8- Merkante Caffé	

		“É privada.”	Privado.	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Privado.”	Privado.	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Número de trabalhadores	“Temos, portanto... o patrão, a gerência, temos dois cozinheiras, dois estagiários e temos cinco pessoas a prestar serviços.”	seis trabalhadores fixos. cinco trabalhadores a prestação de serviços.	1- Restaurante “Varanda do Rio”	O número de trabalhadores varia entre entidades. Verifica-se que a grande parte tem um número reduzido de trabalhadores efetivos.
		“Aqui só nesta atividade temos à volta de 25 trabalhadores.”	Varia. Atualmente, 25 trabalhadores.	2- Margens, Animação Turística e Eventos.	
		“3.”	três trabalhadores.	3- Restaurante “O Seabra”	
		“3.”	três trabalhadores.	4- Bar “O Lampião”	
		“Neste momento sou o único trabalhador. Mas tenho sempre ajudas, procuro ajudas fora, pessoas às quais, subcontrato serviços.”	Um trabalhador fixo e outras pessoas em regime de prestação de serviços.	5- Diogo Silva Adventure	
		“Com vínculo direto à Casa do Povo temos 37 e depois temos os com recibo verde (os honorários) são mais.”	37 trabalhadores fixos. Outros a prestação de serviços.	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Um. Sou o único.”	1 trabalhador fixo.	7- Ozxtreme	
		“Somos 3.”	3 trabalhadores fixos.	8- Merkante Caffé	

		“3.”	três trabalhadores fixos.	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Sou eu, só.”	Um trabalhador fixo.	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Localização geográfica?	“O nosso restaurante localiza-se na baixa de Águeda.”	Baixa de Águeda	1- Restaurante “Varanda do Rio”	Todas as entidades e prestadores de serviços situam-se na região de Águeda, embora possam atuar em diferentes regiões.
		“Temos sede aqui em Águeda e temos sede em Lisboa.”	Águeda e Lisboa	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Estamos em Águeda, na parte do Sobreiro de Valongo do Vouga.”	Arredores de Águeda	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Arrancada do Vouga, Valongo do Vouga.”	Arredores de Águeda	4- Bar “O Lampião”	
		“Zona Centro.”	Região Centro	5- Diogo Silva Adventure	
		“Valongo do Vouga, mais propriamente Arrancada.”	Arredores de Águeda	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Em Águeda.”	Águeda	7- Ozxtreme	
		“Em Águeda, mas não no centro.”	Arredores de Águeda	8- Merkante Caffé	
		“Na freguesia de Valongo do Vouga.”	Arredores de Águeda	9- Restaurante “ Casa Branca”	
		“Águeda e Préstimo, (...) Também Castanheira, Travassô. (...) Recardães também.	Águeda e Arredores	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	

	Atividades principais e complementares	“Temos a parte da restauração e a esplanada.”	Restauração e esplanada.	1- Restaurante “Varanda do Rio”	As atividades complementares variam de acordo com cada entidade e prestador de serviços. Sendo que grande parte das atividades disponíveis são de âmbito turístico ou de lazer, atividade física e entretenimento.
		“Desde desporto, aventura, um bocadinho de tudo. Desde animação, desde pequenas a grandes atividades de grandes empresas.”	Desporto, Aventura e Atividades de Animação	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“É restauração, um pouco de tudo...”	Restauração	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Bar e eventos de música.”	Serviço de bar e eventos de música	4- Bar “O Lampião”	
		“Caminhadas.”	Percursos Pedestres	5- Diogo Silva Adventure	
		“A atividade principal é basicamente a eletricidade (...) distribuição e comercialização de energia temos também um armazém agrícola e depois temos todas as valências da parte social: ATL, Creche, Centro de Convívio, temos também a parte cultural: o rancho e o teatro. Outras: andebol, lavandaria, costura e	Comercialização e distribuição de eletricidade, Armazém Agrícola, ATL, Creche, Centro de Convívio de Idosos, Rancho, Teatro, Andebol, Lavandaria, Costura, Atividade física para senhoras.	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	

		algumas que me esqueço.” e “Há a atividade física de ginástica para senhoras.”			
		“A atividade principal é realizar e proporcionar experiências de sobrevivência, cursos de sobrevivência e atividades outdoor. A par disso, tenho produtos específicos para a prática de atividades em meio outdoor.”	Experiências de sobrevivência, atividades outdoor, Comercialização de produtos para a atividade física em outdoor	7- Ozxtreme	
		“Bar e Cozinha, comida.”	Restauração	8- Merkante Caffé	
		“Restaurante.”	Restauração	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Eu sou Fisioterapeuta, as minhas atividades são nesse campo, ou seja, domicílios, tratamentos e faço também aulas de pilates.”	Atividades de fisioterapia e aulas de pilates.	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Produtos que disponibiliza/Comercializa	“Basicamente, alimentação e bebidas.”	Alimentação e Bebidas.	1- Restaurante “Varanda do Rio”	Os produtos disponibilizados são na base da alimentação e bebidas, atividades de animação e desporto.
		“(…) Air bungee, os Go karts, as setas e o babysitting. De	Air bungee, Setas, Babysitting, Insufláveis,	2- Margens, Animação Turística e Eventos	

		resto, temos também os insufláveis. “ e “Em outras atividades temos desde canoagem, peddy-paper, fazemos um bocadinho de tudo.”	Canoagem, peddy-paper, entre outras.		
		“Uma ementa com vários pratos.”	Alimentação e bebidas	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Bebidas e algum tipo de comida.”	Alimentação e bebidas.	4- Bar “O Lampião”	
		“(…)Tentamos transmitir às pessoas a fauna e flora de cada em que vamos executar a caminhada.”	Percursos Pedestres Interpretativos	5- Diogo Silva Adventure	
		“O que comercializamos é energia, distribuimos e comercializamos energia. Depois temos a parte agrícola que compramos e vendemos produtos agrícolas basicamente, além de outros.”	Comercialização e distribuição de energia, Comercialização de produtos agrícolas, entre outros.	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Produtos específicos para a prática de atividades em meio outdoor.”	Comercialização de produtos de atividade física outdoor.	7- Ozxtreme	

		“Bebidas e refeições.”	Alimentação e bebidas.	8- Merkante Caffé	
		“Ementas próprias. Ementas regionais.”	Alimentação e bebidas.	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Os produtos são esses mesmos: massagem de relaxamento, massagem de tratamento, pilates, reeducação postural, tudo dentro dessa área da saúde.”	Massagem de relaxamento, massagem de tratamento, pilates, reeducação postural, entre outros.	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Os critérios utilizados para selecionar os produtos que disponibiliza/comercializa	“Basicamente, baseamo-nos na procura do cliente e dos fornecedores.”	Procura do Cliente e Fornecedores	1- Restaurante “Varanda do Rio”	A maior parte das entidades não tem critérios de seleção dos produtos. Muitos baseiam-se nos fornecedores e em produtos mais procurados pelos clientes. Existem ainda aqueles que se gerem pela qualidade do produto e próprio conceito.
		“Foi através do cliente, foi através da Câmara Municipal.”	Procura dos Clientes	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Sim, temos os nossos próprios fornecedores.”	Fornecedores	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Através de fornecedores.”	Fornecedores	4- Bar “O Lampião”	
		“Isso já faz parte muito do negócio. Nós não podemos andar numa zona em que haja muitos eucaliptos por causa do calor, ou seja tentamos selecionar conforme a época	O Clima	5- Diogo Silva Adventure	

		do ano.”			
		“Não, basicamente o que diz respeito ao armazém são mesmo produtos agrícolas. A ideia é essa mas há sempre mais valia de outros produtos que a gente tenta procurar e se são procurados pelo cliente nós tentamos tê-los para vender ao público.”	Procura do Cliente e Fornecedores	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“São escolhidos por nós, testados por nós e só ficam disponibilizados aos clientes depois de usarmos e validamos.”	Gosto pessoal / Qualidade do Produto	7- Ozxtreme	
		“Fornecedores.”	Fornecedores	8- Merkante Caffé	
		“Sempre de qualidade.”	Qualidade do produto	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Em termos de intervenção pessoal depende muito da avaliação que nós façamos.”; “Os critérios de escolheres as técnicas dos produtos que eu	Avaliação Individual, Gosto pessoal e Procura do Cliente	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	

		faço agora é um bocadinho pessoal.” e “vai dependendo do meu gosto pessoal e também do que acho que as pessoas mais vão necessitando dentro desta zona.”			
	Existência de Parcerias	“Temos parceria com o Hotel Conde da Borralha e a Residencial Celeste.”	Hotel Conde da Borralha e Residencial Celeste	1- Restaurante “Varanda do Rio”	A maior parte dá a ideia de existência de parcerias não formalizadas.
		“Animeventos, a única que eu conheço... (...) e é o Massas que é uma empresa também.”	Animeventos e Somnium	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Temos várias. Temos algumas empresas fixas que vêm cá comer e temos alguns clientes fixos também.”	Não especificado	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Não.”	Não tem	4- Bar “O Lampião”	
		“Marcas desportivas, lojas de desporto e agências de viagem.”	Não especificado	5- Diogo Silva Adventure	
		“Existem várias parcerias. No que diz respeito à Creche, ATL e Centro de Convívio com a segurança social de Aveiro.	Segurança Social de Aveiro, Câmara Municipal de Águeda, Junta de Freguesia de	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	

		Depois temos com a Câmara, com as instituições locais: Junta de freguesia, Fundação e outros que agora não me estou a lembrar assim de repente.”	Valongo do Vouga, Fundação Nossa Senhora da Conceição, entre outros.		
		“Tenho parcerias com algumas marcas de vestuário e pequenos utensílios para as atividades.”	Não especificado	7- Ozxtreme	
		“Parcerias fixas não. Patrocinamos em alguns eventos, como festas e eventos de solidariedade.”	Não tem	8- Merkante Caffé	
		“Não.”	Não tem	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Sou um prestador de serviços, trabalho para lares, trabalho para entidades privadas, trabalho para particulares diretos.”	Não especificado	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
2ª Fase – Caraterização do tipo de cliente	Qual o mercado-alvo/principal público	“Nós no fundo trabalhamos com o público em geral.”	Público em geral	1- Restaurante “Varanda do Rio”	A maior parte das entidades não tem um grupo específico de clientes ao qual se dirige, quase sempre é o público
		“Desde os mais pequenos aos maiores. Dos 8 aos 80 como	Público em geral	2- Margens, Animação Turística e Eventos	

		eu digo!”			em geral.
		“É mais para uma certa idade, a partir dos 30 para cima.”	A partir dos 30 anos.	3- Restaurante “O Seabra”	
		“É o público em geral.”	Público em geral	4- Bar “O Lampião”	
		“É o público em geral.”	Público em geral	5- Diogo Silva Adventure	
		“Os da região basicamente...”	Residentes	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Toda e qualquer pessoa que queira experienciar uma atividade diferente na natureza ligada à prevenção de ocorrências subditas, nomeadamente, acidentes. E nas atividades outdoor, ou seja, neste caso, em meio rural.”	Amantes de turismo em espaço rural e de natureza.	7- Ozxtreme	
		“É o público em geral.”	Público em geral	8- Merkante Caffé	
		“É o médio. É tudo, o médio, o baixo e o alto.”	Público em geral	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“O público alvo são pessoas com patologia ou pessoas que procuram os serviços de pilates para melhorar a postura, flexibilidade, etc.”	Pessoas com patologia ou necessidade de relaxamento.	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	

	Origem geográfica dos clientes	“Temos clientes nacionais, clientes estrangeiros/ internacionais também.”	Nacionais e Internacionais	1- Restaurante “Varanda do Rio”	A origem dos clientes é nacional, mas também se verificam internacionais em épocas altas.
		“Não. Fazemos também internacionais, para empresas estrangeiras. Multinacionais.”	Nacionais e Internacionais	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Nacionais e estrangeiros.”	Nacionais e Internacionais	3- Restaurante “O Seabra”	
		“São mais nacionais, mas também temos alguns internacionais.”	Nacionais e Internacionais	4- Bar “O Lampião”	
		“Nacionais.”	Nacionais	5- Diogo Silva Adventure	
		“Residentes”	Nacionais e Internacionais	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Maioritariamente de fora do distrito de Aveiro.”	Nacionais e Internacionais	7- Ozxtreme	
		“São nacionais. Os estrangeiros são mais na altura de férias: verão e natal.”	Nacionais e Internacionais	8- Merkante Caffé	
		“As duas coisas.”	Nacionais e Internacionais	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“98% são nacionais. É claro	Nacionais e	10- Nuno Rebelo	

		que há alguns estrangeiros que vêm, por exemplo, passar férias e procuram alguns serviços.”	Internacionais	“Fisioterapia”	
	Clientes em grupo ou individuais	“Normalmente funcionamos mais com grupos ao nível de jantares e almoços e depois também temos os clientes individuais que funcionamos mais na parte da esplanada ou às vezes pessoal que vem jantar ou assim.”	Grupos / Individual	1- Restaurante “Varanda do Rio”	Não existe uma organização concreta de como os clientes se dirigem às entidades e prestadores de serviços variando entre os grupos e de forma individual.
		“Os clientes às vezes vêm individual. Outras vezes vêm em grupo.”	Grupo / Individual	2- Margens, Animação e Eventos	
		“Depende, uns vêm em grupos outras vezes vêm individuais. Mas, geralmente é mais em grupos.”	Grupo / Individual	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Alguns vêm em grupo e outros vêm individuais.”	Grupo / Individual	4- Bar “O Lampião”	
		“Ambos.”	Grupo / Individual	5- Diogo Silva Adventure	
		“É individual.”	Individual	6- Casa do Povo de	

				Valongo do Vouga	
		“Em grupos, individuais. Há grupos previamente definidos. Mas também temos bastantes contatos individuais que posteriormente juntamos em grupos para fazer a atividade.”	Grupo / Individual	7- Ozxtreme	
		“É das duas maneiras. Sozinhos, às vezes, vêm em grupos grandes.”	Grupo / Individual	8- Merkante Caffé	
		“Vêm em grupo e individual.”	Grupo / Individual	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Geralmente, a grande maioria é tudo individual. Não quer dizer que não apareçam já grupos.”	Grupo / Individual	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Grupo etário	“Portanto, na parte da esplanada temos várias faixas etárias... desde pessoal mais novo a pessoal mais velho. E depois temos mais na parte da restauração, acima dos 30 anos, normalmente é pessoal mais velho.”	Não especificado	1- Restaurante “Varanda do Rio”	A faixa etária varia entre os 15/16 anos até aos 80 anos.

		“Não. É tudo misturado.”	Não especificado	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Entre os 30 e poucos. Mesmo mais a partir dos 40 até aos 90.”	A partir dos 30 anos	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Entre os 16 e os 80.”	A partir dos 16 anos	4- Bar “O Lampião”	
		“Não.”	Não especificado	5- Diogo Silva Adventure	
		“Tem de todas as idades, mas basicamente mais jovens. É quem compra ou faz casa, de uma maneira geral são os mais jovens, portanto são esses que nos procuram.”	Não especificado	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Temos clientes dos 8 aos 80. Mas o grupo mais predominante situa-se entre os 18 e os 45 anos.”	Entre os 18 e os 45 anos	7- Ozxtreme	
		“Não.”	Não especificado	8- Merkante Caffé	
		Do princípio ao fim. Entre os 15 e os 18 até aos 80 e mais.	Entre os 15 e os 80 anos ou mais	9- Restaurante “Casa Branca”	
		20/90, não sei...	Entre os 20 e os 90 anos	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Motivação da procura	“No fundo é a nossa qualidade gastronómica e a nossa vista	Qualidade do Produto e Paisagem	1- Restaurante “Varanda do Rio”	A principal motivação da procura é a qualidade do

		priviligiada para o rio.”			produto, fuga à rotina e necessidade dos serviços.
		“É tirar o ritmo de trabalho. Muitas empresas querem quebrar aquela rotina das 8 da manhã às 8 da noite. E querem dar um dia diferente aos seus trabalhadores. Terem o dia livre.”	Fuga à rotina	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“É a gastronomia. Os nossos pratos principais.”	Qualidade do Produto	3- Restaurante “O Seabra”	
		“A localização e conhecimento através de outras pessoas.”	Localização e Recomendação de outros	4- Bar “O Lampião”	
		“E tem a ver mais com fuga à rotina? DS: Sim.”	Fuga à rotina	5- Diogo Silva Adventure	
		“Aqui são quase obrigados. Como somos digamos que quem fornece energia, são quase obrigados a vir nos visitar, nos vir procurar.”	Necessidade de serviços	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Experiência. Experimentar	Novas experiências	7- Ozxtreme	

		coisas diferentes, novas, com dinâmicas diferentes. Ou seja, tudo aquilo que de menos convencional habitualmente outras empresas do genero oferecem.”			
		“A localização, a gastronomia, o conhecimento.”	Localização, Qualidade do produto e Recomendação de outros	8- Merkante Caffé	
		“Qualidade e o espaço.”	Qualidade do Produto e Qualidade do espaço	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“De um lado da área da reabilitação, a procura da própria reabilitação após patologia ou após acidente. Na área de pilates também pode ter a ver com a reabilitação por alguma dor mas também pode ter a ver, muito simplesmente, com uma atividade complementar de atividade física.”	Reabilitação Física, Atividade Física, Relaxamento.	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Como escolhem o local	“Normalmente, as pessoas dirigem-se cá diretamente.”	Contato direto do Cliente	1- Restaurante “Varanda do Rio”	A maior parte dos clientes são orientados para o local

		“A escolha do local é sempre pelo cliente, nunca é da nossa parte.”	Contato direto do Cliente	2- Margens, Animação Turística e Eventos	através de recomendação de outros clientes ou através da internet.
		“Geralmente é boca a boca, que as pessoas fazem.”	Recomendação de clientes	3- Restaurante “O Seabra”	
		“É através da internet e boca a boca.”	Internet e Recomendação de clientes	4- Bar “O Lampião”	
		“É boca a boca, ou seja, normalmente as pessoas vão por aquilo que as outras pessoas dizem.”	Recomendação de Clientes	5- Diogo Silva Adventure	
		“Como somos digamos que quem fornece energia, são quase obrigados a vir nos visitar, nos vir procurar.”	Necessidade do Serviço	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Através do nosso <i>site</i> ou da nossa página de facebook.”	Internet	7- Ozxtreme	
		“Redes sociais, contatos e recomendação dos clientes.”	Internet e recomendação de Clientes	8- Merkante Caffé	
		“Recomendação de outros clientes, através do telefone e já conhecimento.”	Recomendação de Clientes, Telefone	9- Restaurante “Casa Branca”	

		“Não existe um local específico.”	Não especificado	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
3ª Fase – Procura	Quais os meses de maior procura?	“Nós temos aqui a época alta que é em junho, julho e agosto.”	Junho, julho e agosto	1- Restaurante “Varanda do Rio”	Os meses de verão são os meses de maior procura. Embora existam aumentos de fluxos em outras estações de acordo com os eventos disponíveis e férias.
		“Os meses de Verão.”	Junho, Julho, Agosto e Setembro	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		É todo ano, mais a altura do natal. Mas é todo ano, nós trabalhamos bem todo o ano.	Dezembro	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Eu acho que é igual em todos os meses, a média mantêm-se.”	Não especificado	4- Bar “O Lampião”	
		“Na Primavera e Outono.”	março a junho e de setembro a dezembro	5- Diogo Silva Adventure	
		“Em termos de ATL, em termos de utentes da parte social, da parte Creche, ATL é de uma maneira geral durante todo ano. Mas agora mais há procura porque há aquela mudança de creche/Pré e Pré/1ºciclo depois 2ºciclo. Então nesta altura como há esta mudança, há uma procura maior. Mas é quase todo ano	Não especificado	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	

		digamos. Principalmente na parte da creche.”			
		“De março a outubro.”	março a outubro	7- Ozxtreme	
		“Na altura de férias. No verão, Natal e Páscoa.”	Não especificado / férias	8- Merkante Caffé	
		“É quase igual o ano todo! Ligeiramente cresce na altura de férias.”	Não específico	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Não há assim mais meses ou menos.”	Não específico	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Qual o tempo de permanência?	“Não existe um tempo pré-definido.”	Não especificado	1- Restaurante “Varanda do Rio”	A maior parte das entidades não controla o tempo de permanência dos clientes. No entanto, o tempo varia de entidade para entidade.
		“As atividades que temos mais permanência são no Agitágueda e no Natal. De resto são atividades de um dia.”	(23 dias; 1 mês e 7 dias; 1 dia); Não especificado	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Temos clientes que vêm todos os dias (diariamente) outros vêm uma vez por semana, outros duas, outros de 15 em 15 dias, enfim.”	Não especificado	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Pode ser 10 minutos como pode ser umas 4 ou 5 horas, depende da pessoa.”	Não especificado	4- Bar “O Lampião”	

		“As atividades normalmente são de dia completo ou seja das 10h às 17h.”	10h às 17h	5- Diogo Silva Adventure	
		(Ano inteiro) “De uma maneira geral, sim. A não ser em casos pontuais.”	Não especificado. (Ano inteiro)	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“2 dias. É de sexta à noite até domingo à tarde.”	2 dias	7- Ozxtreme	
		“É diário. É frequente.”	Diário / Frequente	8- Merkante Caffé	
		“Muitos diários, outros frequentes e outros quando lhes apetece.”	Não especificado	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Geralmente, a média é sempre 1 hora. Tanto na aula de pilates como no tratamento individual.”	1 hora em média	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Que atividades costumam realizar nas áreas rurais?	“De momento não temos.”	Nenhuma	1- Restaurante “Varanda do Rio”	São poucas as atividades desenvolvidas pelas entidades em zonas rurais. Embora se manifeste interesse nesse âmbito.
		“Sim. Algumas.”	Não especificado	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Não.”	Nenhuma	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Não realizamos.”	Nenhuma	4- Bar “O Lampião”	
		“Muitas. Percursos pedestres maioritariamente.”	Percursos Pedestres	5- Diogo Silva Adventure	

		<p>“CP: Não. SH: Por exemplo: caminhadas. CP: Muito raro... uma por ano, é só unicamente.”</p>	Uma caminhada por ano.	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		<p>“As atividades vão desde práticas de primeiros socorros, orientação, construção de abrigos, sobrevivência. Basicamente é a base de toda a atividade que se faz em meio outdoor.”</p>	Prática de Primeiros Socorros; Orientação; Construção de Abrigos; Experiências de sobrevivência: Atividades em Outdoor.	7- Ozxtreme	
		“Nenhuma.”	Nenhuma	8- Merkante Caffé	
		“Fazemos take-way e fazemos eventos, banquetes.”	Take-away; Eventos; Banquetes	9- Restaurante “Casa Branca”	
		<p>“Sim, muitas delas, são todas... Bem, se chamar-mos só a Águeda cidade... Na cidade de Águeda só tenho um domicílio. Tudo o resto é em área rural ou vila ou aldeia.”</p>	Reabilitação física, Pilates e Relaxamento	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Quais as atividades de maior procura?	“Não é bem uma atividade, mas os clientes procuram mais a parte da restauração.”	Gastronomia	1- Restaurante “Varanda do Rio”	Neste caso, a procura de atividades varia de acordo com cada entidade entrevistada.
		“Canoagem. (...) Desporto radical com barcos.”	Canoagem, Desportos aquáticos radicais	2- Margens, Animação Turística e Eventos	

		“Gastronomia.”	Gastronomia	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Eventos de música”	Eventos de música	4- Bar “O Lampião”	
		“As Caminhadas.”	Percursos Pedestres	5- Diogo Silva Adventure	
		“Neste momento, o andebol é uma grande procura.”	Andebol	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“A experiência de sobrevivência.”	Experiência de sobrevivência	7- Ozxtreme	
		“Eventos, comidas.”	Eventos e gastronomia	8- Merkante Caffé	
		“Gastronomia, as especialidades da casa.”	Gastronomia	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“De momento, se calhar tenho mais clientes em pilates. Mas, também tenho pessoas em reabilitação. E por exemplo, se calhar agora nas férias procuram mais massagens de relaxamento ou ayurvédicas.”	Pilates, Reabilitação física, massagens de relaxamento e Ayurvédicas	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
4ª Fase – Oferta	Considera que Águeda dispõe de alojamentos turísticos suficientes?	“Sinceramente, Não! Acho que Águeda tem muito para oferecer e neste momento, não dispõe de alojamentos turísticos suficientes para os clientes que temos.”	Não	1- Restaurante “Varanda do Rio”	As opiniões dividem-se quanto à disponibilidade dos alojamentos atrativos em Águeda. Mas é unânime a necessidade de criar mais alojamentos.
		“Estamos a melhorar. A bom caminho nisso!”	Sim	2- Margens, Animação Turística e Eventos	

		“Penso que sim.”	Sim	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Tem alguns, mas acho que necessita de mais.”	Sim	4- Bar “O Lampião”	
		“Não.”	Não	5- Diogo Silva Adventure	
		“Conheço alguns, mas não muitos. Poderia haver muito mais.”	Sim	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Não.”	Não	7- Ozxtreme	
		“Não.”	Não	8- Merkante Caffé	
		“Acho que sim. Que neste momento Águeda tem atração.”	Sim	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Na minha opinião pessoal e do pouco que eu conheço. Sim, julgo que para a dimensão se calhar de Águeda.”	Sim	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	A oferta de serviços, atividades e equipamentos/infraestruturas disponibilizada pelos estabelecimentos é suficiente?	“Sim, se bem que temos aqui muita coisa a faltar.”	Não	1- Restaurante “Varanda do Rio”	A maioria considera que a oferta de serviços, atividades e equipamentos ou infraestruturas disponibilizados são insuficientes, apesar das melhorias ao longo do tempo.
		“Nem sempre.”	Não	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Acho que sim.”	Sim	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Eu acho que não, tem de melhorar um bocado. Já melhorou muito, mas neste	Não	4- Bar “O Lampião”	

		momento acho que ainda tem de melhorar.”			
		“Não.”	Não	5- Diogo Silva Adventure	
		“Nunca é suficiente. Há sempre necessidade de mais qualquer coisa.”	Não	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Não, não é suficiente.”	Não	7- Ozxtreme	
		“Não.”	Não	8- Merkante Caffé	
		“Sim.”	Sim	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Talvez não, de forma individualizada.”	Não	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Que atividades de animação se encontram disponíveis?	“É assim, no fundo as atividades concentram-se no mês de julho que é o mês do Agitágueda.”	Agitágueda	1- Restaurante “Varanda do Rio”	A atividade mais conhecida é efetivamente o <i>Agitágueda</i> e a <i>Festa do leitão</i> , entre outras atividades pouco divulgadas.
		“Hoje por exemplo: tivemos uma atividade para uma escola, os 12 anos. Também fazemos muitas atividades nos lares.”	Agitágueda, Atividades em escolas Atividades em lares	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Festa do Leitão, o Agitágueda, o Natal...”	Agitágueda Festa do Leitão Natal	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Eu acho que está mais concentrado nos meses de	Não especificado	4- Bar “O Lampião”	

		verão mas devia ser mais generalizado para o resto dos meses.”			
		“No mês de julho quando Águeda decide sair à rua e criou o Agitágueda”	Agitágueda	5- Diogo Silva Adventure	
		“Neste momento existem muitos, em Águeda. Aqui só mesmo aqueles que a Casa do Povo faz e pouco mais. Há as festas da vila agora a seguir mas pouco mais que isso...são muito escassos.”	Não especificado	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“De animação. Nenhumas.”	Nenhumas	7- Ozxtreme	
		“Eventos tipo Agitágueda, Festa do Leitão, motocross, etc.”	Agitágueda Festa do Leitão Motocross	8- Merkante Caffé	
		“Os meses de mais concentração costumam ser sempre no verão.”	Não especificado	9- Restaurante “ Casa Branca”	
		“Ao longo do ano, alguns festivais, algumas caminhadas/trails, que agora está muito em voga”; “A nível cultural também há alguma coisa”; “Em termos de	Festivais Caminhadas Trails Percursos Pedestres Concertos Atividades aquáticas	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	

		atividades aquáticas se calhar mais para a zona da pateira”			
	Que serviços considera essenciais?	“Portanto, essenciais são os serviços de transporte, a restauração e neste caso o alojamento também.”	Transporte Restauração Alojamento	1- Restaurante “Varanda do Rio”	Os serviços considerados essenciais são o transporte, o atendimento, o alojamento e infraestruturas de apoio.
		Sem registo	Sem registo	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“As duas coisas.”	Atendimento Transporte	3- Restaurante “O Seabra”	
		“O transporte, o atendimento.”	Transporte Atendimento	4- Bar “O Lampião”	
		“Atividades.”	Atividades	5- Diogo Silva Adventure	
		“Tudo que diz respeito, principalmente à saúde. Acho que deveria ser prioritário e digamos que se calhar estamos um pouco escassos.”	Saúde	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Haver uma boa rede de contatos particulares”	Rede de Contatos	7- Ozxtreme	
		“Transporte, atendimento e marketing.”	Transporte Atendimento Marketing	8- Merkante Caffé	
		“Publicidade, transporte e atendimento.”	Publicidade Transporte	9- Restaurante “Casa Branca”	

			Atendimento		
		“Bons transportes, para quem não os tem próprios”; “E depois as pequenas infraestruturas”; “. E como por exemplo, sei lá...a incapacidade de haver água pública em alguns alojamentos, ou seja, a rede não está completamente montada e há zonas rurais onde não há água canalizada e não havendo água não consegues se calhar garantir banhos e o mesmo se passa, por exemplo, no saneamento.”	Transporte Infraestruturas (Mini-mercado, Restaurantes, entre outros) Saneamento Água Canalizada / Potável	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Que equipamentos e/ou infraestruturas dispõe?	Sem registo	Sem registo	1- Restaurante “Varanda do Rio”	O tipo de infraestruturas e equipamentos é diversificado, de acordo com o âmbito de cada entidade.
		“A parede de escalada. O Air Bungee. Os barcos, que a empresa tem um grande volume de barcos.”	Parede de Escalada Air Bungee Barcos	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Três salas, uma esplanada lá fora.”	3 salas 1 Esplanada	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Tenho esplanada, e salas para	Esplanada	4- Bar “O Lampião”	

		ouvir música, uma sala de não fumadores e de fumadores.”	Sala de Fumadores Sala de Não Fumadores		
		“Não tenho. Apenas uma máquina de café portátil.”	Máquina de Café Portátil	5- Diogo Silva Adventure	
		“Há a creche, o ATL onde é enquadrado num edifício já antigo que precisava de remodelação, há também o pavilhão gimnodesportivo onde as crianças do andebol principalmente treinam todos os dias basicamente.”	Creche ATL Pavilhão gimnodesportivo Centro de Convívio Sala de Costura Teatro Armazém de Produtos Agrícolas Salão do Rancho	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Nós não precisamos de infraestruturas. Todas as nossas atividades são realizadas em meio outdoor inclusivamente a construção de abrigos está incluída na atividade e portanto a experiência que os clientes procuram é precisamente essa.”	Loja de Produtos de Atividade Outdoor	7- Ozxtreme	

		“As salas, a esplanada e o bar.”	Salas Esplanada Bar	8- Merkante Caffé	
		“Tem salas, esplanada, bar, tudo que um restaurante necessita.”	4 salas Esplanada Bar	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Não, neste momento, não! Sou eu e os espaços que geralmente são alugados ou da própria pessoa.”	Espaços alugados	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
Na sua opinião, o que falta a Águeda para ser um destino turístico?		“Precisamos de um alojamento diferente que chame mais turistas. Um entretenimento, no fundo, que vá para além da época alta.”	Alojamento Entretenimento Atividades ao longo do ano	1- Restaurante “Varanda do Rio”	Para ser um destino turístico Águeda precisa de mais alojamentos, planeamento de atividades anuais e comunicação entre entidades.
		“Faltam mais atividades. Mais ofertas de animação. Mais coisas que chamem só a atenção dos turistas, não só neste mês do agitágueda mas ao longo do ano. Que era para rentabilizar a cidade.”	Atividades /Animação ao longo do ano	2- Margens, Animação Turístico e Eventos	
		“Devia ter uma coisa qualquer para puxar as pessoas.”	Não especificado	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Iniciativa. Mais iniciativas,	Iniciativas ao longo do	4- Bar “O Lampião”	

		não só durante um mês que é o que normalmente tem mais iniciativas, que é o mês de julho. Devia ser generalizado para o resto dos meses.”	Ano		
		“Dinamização.”	Dinamização	5-	Diogo Silva Adventure
		“Falta muita coisa. Principalmente, não só no verão, mas durante todo o ano devia haver mais atividades de atração à cidade, penso. Só na época alta é que é cidade depois no resto do ano parece que deixa de o ser e é mau!”	Atividades ao longo do ano	6-	Casa do Povo de Valongo do Vouga
		“Ser mais diversificado. Ter mais oferta em diversas áreas nomeadamente no desporto da natureza, ou seja, o outdoor.”	Diversidade de atividades	7-	Ozxtreme
		“Infraestruturas e atividades que agarrem os turistas.”	Infraestruturas	8-	Merkante Caffé
		“Obviamente que já tem muito. Mas falta sempre muito.”	Não especificado	9-	Restaurante “Casa Branca”
		“se calhar temos que nos diferenciar por aquilo que podemos oferecer”; “tentar com os concelhos também	Diferenciação de produtos Criação de marca regional	10-	Nuno Rebelo “Fisioterapia”

		vizinhos criar uma coisa regional do que individualizada” “Águeda é forte na indústria, tudo bem e se calhar até pode apostar um poquinho mais no turismo industrial”; “E eu acho que depois se calhar é a comunicação entre todas estas entidades que eu acho que é o mais difícil.”	Turismo industrial Comunicação entre entidades		
5ª Fase – Marketing	Quais os canais de distribuição e de comunicação?	“Portanto, o <i>tripadvisor</i> que é muito importante e também o <i>facebook</i> .”	Internet: Tripadvisor, Facebook	1- Restaurante “Varanda do Rio”	Os canais de distribuição mais usuais são as redes sociais, nomeadamente, o <i>facebook</i> .
		“Temos <i>facebook</i> .”	Facebook	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Internet, telefone, a página do Facebook, as páginas amarelas”	Internet: Facebook Telefone Páginas Amarelas	3- Restaurante “O Seabra”	
		“Internet, maior parte é internet.”	Internet	4- Bar “O Lampião”	
		“A internet, facebook, instagram.”	Internet: Facebook, Instagram	5- Diogo Silva Adventure	
		“Basicamente, é o Facebook mesmo.”	Facebook	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Utilizo o nosso site e redes	Site	7- Ozxtreme	

		sociais.”	Redes Sociais		
		“Internet, através das redes sociais e telefone.”	Internet: Redes sociais Telefone	8- Merkante Caffé	
		“Neste momento, só o jornal e pouco mais porque o conhecimento já foi adquirido.”	Jornal	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Acabam por ser as redes sociais: o Facebook. Os cartazes, colocados em pontos estratégicos. E depois muito o passa palavra, ou seja, o meu trabalho acaba muito por ser assim, boca a boca. Ou então... apresentação direta aos estabelecimentos.”	Redes Sociais: facebook Cartazes Passa a Palavra Contato direto	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Tipo de informação disponibilizada?	“Os serviços prestados neste caso no nosso restaurante, os horários e a informação de contato.”	Prestação de serviços Horários Contato	1- Restaurante “Varanda do Rio”	O tipo de informação disponibilizada são os horários de funcionamento, contatos das entidades, atividades e eventos.
		“Contato, email, números de telefone.”	Contatos	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Temos o horário, depois temos fotografias de comidas, pratos que a maior parte dos clientes que põem lá.”	Horários Fotografias	3- Restaurante “O Seabra”	

		“Os horários e os eventos que irão ser realizados.”	Horários Eventos	4- Bar “O Lampião”	
		“Um bocadinho da história do trilho onde vou efetuar a caminhada e depois deixo que as pessoas venham à procura de conhecer mais.”	História do Trilho	5- Diogo Silva Adventure	
		“As atividades. O que nós iremos fazer a curto e médio prazo.”	Atividades	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Toda a informação. O nosso contato é muito fácil, as pessoas têm uma resposta no máximo em duas horas. Portanto o feedback que nós damos é muito importante para a captação do cliente.”	Contato	7- Ozxtreme	
		“Nossos horários, a nossa ementa e os produtos.”	Horários Ementa Produtos	8- Merkante Caffé	
		“Horários, festas e contato.”	Horários Festas Contato	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Os meus pontos fortes, o que eu sei fazer bem e o que eu posso oferecer. Neste	Oferta de serviços diferenciadora	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	

		momento, são duas ou três ferramentas com as quais trabalho e tento mostrá-las e, ou seja, tentar diferenciar-me do restante.”			
	Como fidelizam os clientes?	“Portanto, nós dispomos de um cartão de contacto, temos o bom atendimento ao cliente que isso é também importante numa casa e, neste caso, a qualidade do produto.”	Cartão de Contato Bom atendimento Qualidade do Produto	1- Restaurante “Varanda do Rio”	Os clientes são fidelizados através do bom atendimento, qualidade do produto e através de contratos.
		“Sim. Temos alguns contratos que são anuais.”	Contratos Anuais	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Temos um cartão com o número de telefone daqui. E depois na altura do dia dos namorados, da mãe, do pai, nós temos ofertas.”	Cartão de Contato Ofertas	3- Restaurante “O Seabra”	
		“É através do atendimento.”	Atendimento	4- Bar “O Lampião”	
		“Tenta-se prezar pela diferença para que as pessoas venham sempre fazer novos trilhos.”	Atendimento Personalizado	5- Diogo Silva Adventure	
		“Com um contrato.”	Contrato	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Qualidade de serviço e de produtos.”	Qualidade de Serviço Qualidade de Produto	7- Ozxtreme	

		“Bom atendimento e recomendação dos clientes.”	Atendimento Recomendação de Clientes	8- Merkante Caffé	
		“Com a qualidade.”	Qualidade	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Às vezes fazemos campanhas.”	Campanhas / Descontos	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Qual a principal fonte de financiamento do negócio?	“O nosso negócio é privado através de uma concessão.”	Privado	1- Restaurante “Varanda do Rio”	Quase todas as entidades e prestadores de serviços são privados e não recorreram ao fundo de financiamento.
		“Isso aí é que não posso responder. Mas acho que há, deve de haver.”	Não especificado	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Não. É privado.”	Privado	3- Restaurante “O Seabra”	
		“É privado.”	Privado	4- Bar “O Lampião”	
		“Sim. A caminhada é paga.”	Privado	5- Diogo Silva Adventure	
		“É realmente, a distribuição de energia elétrica.”	Privado	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Não.”	Privado	7- Ozxtreme	
		“Tivemos ajuda de fundos.”	Acesso a Fundos	8- Merkante Caffé	
		“É privado.”	Privado	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Não.”	Privado	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	

6ª Fase – Outras Questões	Atitudes Ecológicas	“Nós fazemos o tratamento dos resíduos.”	Tratamento de Resíduos	1- Restaurante “Varanda do Rio”	Praticamente todas as entidades e prestadores de serviços valorizam atitudes ecológicas. A maioria pratica a reciclagem, sensibilização ambiental. Tendo em consideração a utilização dos recursos.
		“Eles fazem a reciclagem normalmente e também temos algumas atividades ecológicas, amigas do ambiente.”	Reciclagem Atividades ecológicas	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“(…) nós fazemos a reciclagem.”	Reciclagem	3- Restaurante “O Seabra”	
		“As atitudes ecológicas são a reciclagem (…)”	Reciclagem	4- Bar “O Lampião”	
		“Sim, na minha mala anda sempre um saquinho e quando vou no trilho todo o tipo de lixo que apanho vai para dentro desse saco e no final faço a reciclagem. E tento apanhar o lixo das pessoas porque assim eu sei que faço a reciclagem mesmo que elas não façam.”	Reciclagem	5- Diogo Silva Adventure	
		”Principalmente a parte da reciclagem. Temos isso em consideração e tentamos implementar pelo menos com as crianças para que o façam (…)”e “Principalmente com as	Reciclagem Sensibilização para a reciclagem Tratamento de resíduos	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	

		lâmpadas e reatâncias, tudo que deriva da eletricidade.”			
		“Sim, todas. Inclusivamente nas próprias atividades nós educamos as pessoas para a preservação ecológica das espécies e a preservação do espaço que é particular, mas também daquele espaço que é de todos.”	Atividades de Educação Ambiental Preservação de espécies e conservação dos espaços	7- Ozxtreme	
		“Não, mas gostaríamos de começar a reciclar se tivéssemos contentores disponíveis.”	Reciclagem	8- Merkante Caffé	
		“Não.”	Nenhuma	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“Os turistas tem de ter essa capacidade de perceber para o espaço onde vão e tentar proteger aí o máximo da natureza.”; “O turismo gasta muitos recursos, vê se muito lixo, as cidades acabam por ficar...”; “(...) a poupança de água, tentar valorizar as energias renováveis acho que é	Preservação da natureza Conservação dos espaços Utilização de recursos renováveis Dar preferência a produtos amigos do ambiente	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	

		um coisa essencial.”; e “Escolher produtos que não tenham embalagens com tanto material que eu acho que é desnecessário.”			
	Motivações e expectativas futuras	“(…) queremos criar atividades no rio, gostaríamos também de criar um <i>take away</i> e esporadicamente ir criando um <i>layout</i> diferente.”	Criar atividades no rio Take away Criar diferentes layouts	1- Restaurante “Varanda do Rio”	Melhorar a qualidade do serviço, captar novos clientes e criar novos serviços
		“Melhorar. Muito.”	Melhorar serviços	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Ser cada vez melhor, servir sempre com qualidade e ter mais clientes.”	Melhorar serviços Melhoria da Qualidade dos serviços Aumentar a captação de clientes	3- Restaurante “O Seabra”	
		“É continuar a funcionar como anda a funcionar ou rentabilizar ainda mais.”	Manter o funcionamento atual Aumentar lucros	4- Bar “O Lampião”	
		“Dar experiências às pessoas, mostrar que Portugal é um ponto digno para se passar umas boas férias e até mesmo para se caminhar.”	Novas experiências para as pessoas Sensibilizar para visitar Portugal	5- Diogo Silva Adventure	
		“(…) vamos construir uma	Construir piscina	6- Casa do Povo de	

		piscina.”		Valongo do Vouga	
		“Mas é um mercado bastante atrativo e com uma forte margem de progressão, de crescimento.”	Mercado atrativo e em crescimento	7- Ozxtreme	
		“Melhorar o nosso espaço, aumentar e dar boas condições aos clientes.”	Melhorar espaço Aumentar serviços e qualidade	8- Merkante Caffé	
		“Não há expetativas, a idade está a avançar muito e não há quem substitua.”	Nenhumas	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“(…) é que de certa forma me vá conseguindo estabelecer mais e para já aumentar o meu volume de trabalho e chegar a um compromisso entre o meu próprio volume de trabalho e o meu próprio tempo de lazer.”	Estabelecer o negócio Captar clientes Conciliar trabalho com tempo de lazer	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	
	Condicionantes à atividade.	“No fundo a concorrência (...) e no fundo a sazonalidade, (...)”	Concorrência Sazonalidade	1- Restaurante “Varanda do Rio”	As condicionantes à atividade são a sazonalidade e a falta de comunicação que são apontadas ao longo das entrevistas.
		“Não tem nenhuma.”	Nenhumas	2- Margens, Animação Turística e Eventos	
		“Conseguir atender todos ao mesmo tempo e ao mesmo	Falta de eficiência	3- Restaurante “O Seabra”	

		nível.”			
		“A localização, estamos numa zona longe do centro da cidade.”	Má localização	4- Bar “O Lampião”	
		“Condicionante ambiental.”	Alterações climáticas	5- Diogo Silva Adventure	
		“Muita confusão no que diz respeito à eletricidade, ou melhor, às regras que nos implementam que nos obrigam a cumprir isto muito bem. Isto acaba por nos obrigar a ter gastos, muito mais trabalho: relatórios mensais e anuais.”	Desorganização Insustentabilidade	6- Casa do Povo de Valongo do Vouga	
		“Não existe em Portugal ainda regulamentação relativamente à atividade de sobrevivência. Não há enquadramento legal. Dessa forma alguns entraves por vezes nos surgem, mas nós conseguimos contornar dialogando com o poder local e com as autoridades.”	Falta de regulamentação e enquadramento de atividades Falta de comunicação	7- Ozxtreme	
		“Será mais relativamente à falta de espaço.”	Falta de espaço	8- Merkante Caffé	

		“Não há condicionantes.”	Nenhumas	9- Restaurante “Casa Branca”	
		“A capacidade de eu ser capaz de chegar às pessoas.”	Falta de comunicação	10- Nuno Rebelo “Fisioterapia”	

Na coluna de unidade de contexto encontram-se os fragmentos de texto que dão resposta à questão. Na coluna de unidade de registo encontram-se as indicações que contextualizam a unidade de contexto no desenrolar da entrevista.

Breve interpretação dos dados

Tendo em conta a análise qualitativa dos dados, obtidos a partir dos entrevistados, a tabela acima representada, apresenta os resultados das perguntas lançadas e dos fragmentos de texto do discurso dos entrevistados, o que leva à seguinte análise:

Numa **1ª fase** relativamente ao perfil da entidade ou prestador de serviços é possível estabelecer algumas considerações, entre as quais se pode destacar que:

A maior parte das entidades e prestadores de serviços são privados. Pelo que o número de trabalhadores varia entre entidades. No entanto, verifica-se que a maior parte tem um número reduzido de trabalhadores efetivos.

Todas as entidades e prestadores de serviços situam-se na região de Águeda, embora possam atuar em diferentes regiões. As atividades complementares variam de acordo com cada entidade e prestador de serviços, sendo que grande parte das atividades são de âmbito turístico ou de lazer, atividade física e entretenimento.

Os produtos disponibilizados são na base da alimentação e bebidas, atividades de animação e desporto. A maior parte das entidades não tem critérios de seleção dos produtos. Contudo, muitas entidades baseiam-se na oferta dos fornecedores e produtos mais procurados pelos clientes. Existem ainda aqueles que se guiam pela qualidade do produto e próprio conceito. Posto isto, a maior parte dá a ideia de existência de parcerias, mas não formalizadas.

Quanto à **2ª fase** relativa à caracterização do cliente, averigua-se que a maior parte das entidades e prestadores de serviços não tem um grupo específico de clientes ao qual se dirige, quase sempre é o público em geral. A origem dos clientes é nacional, embora também se verifiquem clientes internacionais em épocas altas. Não existe uma organização concreta de como os clientes se dirigem às entidades e prestadores de serviços variando entre os grupos e de forma individual. A faixa etária varia entre os 15/16 anos até aos 80 anos.. A principal motivação da procura é a qualidade do produto, fuga à rotina e necessidade dos serviços. A maior parte dos clientes são orientados para o local através de recomendação de outros clientes ou através da internet.

Em **3ª fase**, no que diz respeito à procura, os meses de verão são os meses de maior procura. Contudo, registam-se aumentos de fluxos em outras estações de acordo com os eventos disponíveis e férias. A maior parte das entidades não controla o tempo de permanência dos clientes, o tempo varia de entidade para entidade. A falta de conhecimento do conceito de zona rural, leva a

que as entidades afirmem não praticar qualquer atividade em zonas ditas rurais embora se situem nelas. Neste caso, a procura de atividades varia de acordo com cada entidade entrevistada.

Numa **4ª fase**, relativa, neste caso, à oferta, as opiniões dividem-se quanto à disponibilidade de alojamentos atrativos em Águeda. Mas, é unânime a necessidade de criar mais alojamentos. A maioria considera que a oferta de serviços, atividades e equipamentos ou infraestruturas disponibilizados são insuficientes apesar das melhorias ao longo do tempo. A atividade mais conhecida é efetivamente o Agitágueda e a Festa do leitão, com a existência de outras atividades ainda pouco divulgadas. Os serviços considerados essenciais são o transporte, o atendimento, o alojamento e infraestruturas de apoio. Para ser um destino turístico Águeda precisa de mais alojamentos, planeamento de atividades anuais e comunicação entre entidades (trabalho em rede).

Perante a **5ª fase**, o marketing, os canais de distribuição mais usuais são as redes sociais, nomeadamente, o *Facebook*. O tipo de informação disponibilizada são os horários de funcionamento, contatos das entidades, atividades e eventos. Os clientes são fidelizados através do bom atendimento, qualidade do produto e através da celebração de contratos. Quase todas as entidades e prestadores de serviços são privados e não recorreram ao fundo de financiamento.

Por fim, numa **6ª fase** considerando outras questões, praticamente todas as entidades e prestadores de serviços valorizam atitudes ecológicas. A maioria pratica a reciclagem, sensibilização ambiental. Tendo em consideração a utilização dos recursos. As motivações e expectativas das entidades e prestadores de serviços passa por melhorar a qualidade do serviço, captar novos clientes e criar novos serviços. As condicionantes à atividade são a sazonalidade e a falta de comunicação que são apontadas ao longo das entrevistas.

Apêndice F – Lista de Agentes Locais contactados

Agentes Locais	
Centro Interpretativo do Milho Antigo de Macieira de Alcôba	Bar – “O Lampião”
AnimEventos	Restaurante -“O Seabra”
Sominium	Restaurante – “ Casa Branca”
Agitours	Restaurante – “Varanda do Rio”
Museu Ferroviário de Macinhata	Merkante – Café
Associação Cultural de Fermentões	DiogoSilva Adventure
Margens, Animação Turística e Eventos	Fisioterapeuta - Nuno Rebelo
Ozxtreme	Ásharam Águeda – Centro de Yoga

Apêndice G – Custo de criação de empresa

Criação de empresa na Hora

Portal do Cidadão acedido a 3 de Outubro de 2017

O custo de constituição de uma sociedade é de **€ 360**, incluindo publicações e atos de registo comercial correspondentes à constituição da sociedade e designação de órgãos sociais ou secretário da sociedade.

Aos 360€ poderá ser acrescentado, no caso de constituição de sociedades com entradas de bens imóveis ou móveis ou participações sociais sujeitos a registo: € 50 por imóvel, quota ou participação social; € 30 por cada bem móvel; € 20 por ciclomotor ou motociclo, triciclo ou quadriciclo com cilindrada não superior a 50 cm³ (bens previstos no artigo 25.º, n.º 1.6 do RERN), até ao limite de € 30.000.

Preço de criação da empresa do Projeto = 360€

Apêndice H – Custo do livro de reclamações e placa de identificação

Retirado do Portal do Cidadão: <https://www.portaldocidadao.pt/>

Livro de Reclamações

Custo estimado: 19,76€

Placa de Identificação

Portaria n.º 1173/2010, de 15 de Novembro

Custo estimado: 40€+IVA

Apêndice I – Custo da energia e fluídos

Eletricidade

<https://lojaluz.com/simulador-energia>

Simulador 2 – Tarifa simples com potência 10,35 kVA

Empresa

EDP Comercial Casa (sem débito) - Termo fixo (€/Dia) – 0,4273; Termo de energia (€/kWh) – 0,1570; Total mensal – 110,93€; Total anual – 1.331,1€

Consumo de gás - 690,4 m³ por habitante (Região Centro 2015 - PorData)

Consumo de energia elétrica - 1.145,8 m³ por habitante (Região Centro 2015 – PorData)

Água distribuída/Consumida por habitante – 46,8 rácio (Região Centro 1995 – PorData)

Gás

<http://www.poupenabotija.pt/poupenabotija/precos>

<http://www.galpenenergia.com/PT/ProdutosServicos/Produtos/GasEmGarrafa/Paginas/Tradicionalpropano.aspx>

Bojita Propano 45kg – 84,86€ A duração depende da utilização.

Exemplo: Em média o gasto de 4 garrafas por ano – família 3 adultos, duas crianças

Preço de 4 botijas: $84,86 \times 4 = 339,44\text{€}$

Água

<https://www.dn.pt/portugal/interior/familias-gastaram-em-media-20-euros-mensais-com-agua-2791770.html>

Assim, para um consumo mensal de 10 metros cúbicos de água (10m³/mês), o encargo médio de uma família no que respeita ao abastecimento de água é de 9,80 euros, mas o valor mínimo é de apenas 1,50 euros, enquanto a fatura mais alta chega aos 20,38 euros.

Valor total (3 casas) - $20,38 \times 3 = 61,14\text{€}$

Apêndice J – Atividades complementares do projeto

Atividades Complementares do Projeto	Preço
Trekking (1 pax.)	10 €
Massagem Aurvédica (1 pax.)	35 €
Massagem Total (1 pax.)	28 €
Pilates individual	20 €
Pilates de Grupo (máximo 6 pessoas)	120 €
Visitação do moinho e atividade tradicional (máximo 6 pessoas)	1,5 €
Workshop "Cura pelos alimentos" - (máximo 10 pax).	30 €
Workshop "Introdução à meditação" -(máximo 10 pax).	30 €
Workshop "A influência da natureza no íntimo do ser" - (máximo 10 pax.)	25 €
workshop "Produção de Cogumelos" - (10 pax. Máximo)	5 €
Percurso interpretativo "Trilho das Levadas" - (10 pax. Máximo)	5 €
Média de Preços	18,95 €

Apêndice L – Dormidas em Águeda - taxa de crescimento

Anuários estatísticos da Região Centro – retirado do: INE

Dormidas em Águeda - Taxa de crescimento		
Ano	Dormidas Totais	Taxa de cresc.
2005	17 878	
2006	15 120	18 389,314
2007	17 728	18 915,253
2008	17 917	19 456,233
2009	20 688	20 012,685
2010	22 262	20 585,052
2011	13 684	21 173,788
2012	10 906	21 779,363
2013	18 904	22 402,257
2014	20 186	23 042,966
2015	23 702	23 702,000
Tx. Cresc. (variável média anual)		
Período (x1-x0)/x0	0,325763508	
Percentagem tx. Cresc.	2,86%	